



УТВЕРЖДЕНО:
Советом Высшей школы бизнеса,
менеджмента и права
Протокол № 11 от «20» декабря 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.3 ПРОДЮСИРОВАНИЕ МІСЕ мероприятий
основной образовательной программы высшего образования –
программы *магистратуры*
по направлению подготовки:
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

направленность (профиль):
Управление проектами в МІСЕ индустрии

Квалификация: магистр

год начала подготовки: 2025

Разработчик (и):

Должность	ученая степень и звание, ФИО
профессор	д.э.н., доцент Виноградова М.В.

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Директор высшей школы бизнеса, менеджмента и права</i>	<i>д.э.н., доцент Виноградова М.В.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Продюсирование МІСЕ мероприятий» является частью первого блока программы магистратуры по направлению подготовки: 38.04.02 «Менеджмент», направленность: «Управление проектами в МІСЕ индустрии» и относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

Изучение данной дисциплины базируется на знании иностранного языка в сфере профессиональных коммуникаций, современных методов научных исследований, основ проектного менеджмента, событийной индустрии, организации конгрессно-выставочной деятельности, нормативного правового обеспечения МІСЕ индустрии, материально-технического и информационного обеспечения МІСЕ индустрии, организации и технологии туроператорской деятельности, креативных и эффективных концепций корпоративных мероприятий.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-2. Способен выявлять приоритетные направления в отраслях МІСЕ индустрии, формировать и реализовывать стратегию развития профессионального организатора МІСЕ мероприятий, контролировать ход реализации стратегии, планировать и прогнозировать развитие профессионального организатора МІСЕ мероприятий в меняющихся рыночных условиях, в части:

ПК-2-5. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение деятельности организации – профессионального организатора МІСЕ мероприятий

ПК-3. Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части:

ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения

ПК-3.2. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение, источники, объемы и сроки финансирования работ по реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теорией и технологиями продюсирования в МІСЕ индустрии. Первый раздел «Теория продюсирования» посвящен изучению теоретических основ продюсирования, в том числе основных понятий, статуса и функционала продюсера, классификации продюсеров и стилей продюсерского управления, философии продюсирования, а также основ продюсерской деятельности.

Второй раздел «Технологии в продюсировании» раскрывает технологии и подходы продюсирования МІСЕ мероприятий, финансирование продюсерских проектов, методы и технологии продвижения МІСЕ продуктов, способы и инструменты информационного сопровождения МІСЕ мероприятий и продуктов, специфику продюсирования продуктов и мероприятий в МІСЕ индустрии, основы маркетинга и рекламы, маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов МІСЕ индустрии.

Для заочной формы обучения общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в первом семестре. Предусмотрено проведение учебных занятий следующих видов: лекций (8 часов), в том числе проблемные лекции, лекции-презентации, лекции-дискуссии; практических занятий (10 часов) в форме семинаров – заслушиваний и обсуждений докладов с презентациями, деловых игр, разборов конкретных ситуаций, индивидуальных и групповых проектов, самостоятельной работы обучающихся (86 часов), групповые и

индивидуальные консультации (2 часа), промежуточная аттестация (зачет с оценкой) – 2 часа.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1.	ПК-2	Способен выявлять приоритетные направления в отраслях МІСЕ индустрии, формировать и реализовывать стратегию развития профессионального организатора МІСЕ мероприятий, контролировать ход реализации стратегии, планировать и прогнозировать развитие профессионального организатора МІСЕ мероприятий в меняющихся рыночных условиях, в части: ПК-2-5. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение деятельности организации – профессионального организатора МІСЕ мероприятий
2.	ПК-3	Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части: ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения. ПК-3.2. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение, источники, объемы и сроки финансирования работ по реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Продюсирование МІСЕ мероприятий» является частью первого блока программы магистратуры 38.04.02 Менеджмент и относится к обязательной части.

На заочной форме обучения формирование компетенций продолжается при изучении дисциплины «Управление развитием организации и проектирование бизнеса», «Стратегическое управление», прохождении производственной (по профилю профессиональной деятельности) и производственной (преддипломной) практики и государственной итоговой аттестации.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3/108 зачетных единиц/ акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для заочной формы обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			1	2	3	4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	22				
	в том числе:					
1.1	Занятия лекционного типа	8			2	6
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	10				10



	Лабораторные работы	-			
	Практические занятия	-			
	Семинары	10			10
1.3	Консультации	2			2
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет)	2			2
2	Самостоятельная работа обучающихся	86		34	52
4	Общая трудоемкость	108		36	72
	час				
	з.е.	3		1	2



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для заочной формы обучения:

№ недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, академ. часов	Форма проведения СРС, академ. часов	Форма проведения	Форма проведения СРС
			Контактная работа с преподавателем							
			Лекции, академ. Часов	Форма проведения лекции	Семинары, академ. часов	Форма проведения семинара				
3,4	1. Теория продюсирования	1.1. Основные понятия продюсирования	0,5	Лекция-презентация	-	Устный доклад, дискуссия	-	-	14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка доклада с презентацией
3,4		1.2. Философия продюсирования	0,5	Лекция-дискуссия	1	-	-	-	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка доклада с презентацией
3,4		1.3. Основы продюсерской деятельности	1	Проблемная лекция	2	Доклад с презентацией	-	-	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка доклада с презентацией
4	Контрольная точка №1. Доклад с презентацией									
4	2. Технологии в продюсировании	2.1. Специфика продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии	1	Лекция-презентация	1	Разбор конкретных ситуаций	-	-	8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
4		2.2. Технологии в продюсировании. Этапы продюсирования. Виды продюсирования.	1	Проблемная лекция	2	Разбор конкретных ситуаций	-	-	8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, разработка кейса под условия и пути решения
4		2.3. Практическая реализация MICE проекта	1	Проблемная лекция	1	Деловая игра	-	-	8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, разработка кейса под условия и пути решения
4	Контрольная точка №2. Разработка кейса									



№ недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, акад. часов	Форма проведения	СРС, акад. часов	Форма проведения СРС	
			Контактная работа с преподавателем								
			Лекции, акад. Часов	Форма проведения лекции	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара					
4		2.4. Финансирование продюсерских проектов в MICE индустрии. Источники финансирования.	1	Проблемная лекция	1	Разбор конкретных ситуаций	-	-	8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка к тестированию	
4		2.5. Основы маркетинга и рекламы, маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов MICE индустрии	1	Лекция-дискуссия	1	Разбор конкретных ситуаций, устный опрос	-	-	8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка к устному опросу, подготовка индивидуального (группового) проекта, подготовка к тестированию	
4		2.6. Способы и инструменты информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов. Работа со средствами массовой информации	1	Проблемная лекция	1	Разбор конкретных ситуаций	-	-	12	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка индивидуального (группового) проекта, подготовка к тестированию	
4		Контрольная точка №3. Тестирование									
4		Контрольная точка №4. Индивидуальный (групповой) проект									
4		Консультация					2				
4		Промежуточный контроль – зачет	2								



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	1. Теория продюсирования 1.1. Основные понятия продюсирования (14 часов) 1.2. Философия продюсирования (10 часов) 1.3. Основы продюсерской деятельности (10 часов)	Основная литература: 1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1913238 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке. 2. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 158 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019702-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2134046 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
2	2. Технологии в продюсировании 2.1. Специфика продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии (8 часов) 2.2. Технологии в продюсировании. Этапы продюсирования. Виды продюсирования. (8 часов) 2.3. Практическая реализация MICE проекта (8 часов) 2.4. Финансирование продюсерских проектов в MICE индустрии. Источники финансирования. (8 часов) 2.5. Основы маркетинга и рекламы, маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов MICE индустрии (8 часов) 2.6. Способы и инструменты информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов.	3. Маркетинг : учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 368 с. - ISBN 978-5-9776-0238-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1843641 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке. 4. Киреева, О. Ф. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О.Ф. Киреева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 166 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-111260-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1938084 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке. 5. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2131859 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке. 6. Средства массовой информации: формирование общественного мнения. История и современность : учебное пособие / Ю. В. Потапова, А. К. Потапов, А. А. Маленов, Л. А. Динкелакер. - Омск : Издательство Омского государственного университета, 2023. - 119 с. - ISBN 978-5-7779-2648-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2144421 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.



№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
	Работа со средствами массовой информации (12 часов)	<p>Дополнительная литература:</p> <p>7. Пивоваров, А. М. Деловые коммуникации: теория и практика : учебное пособие / А. М. Пивоваров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. — 162 с. — (Высшее образование). — DOI: https://doi.org/10.29039/01913-9. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2133532 (дата обращения: 24.05.2025). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бuzин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093675 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.</p> <p>9. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Криволицкого. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017- 376 с. - (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-02318-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028893 (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.</p>
	Итого: 86 часов	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы



Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
ПК-2	Способен выявлять приоритетные направления в отраслях МІСЕ индустрии, формировать и реализовывать стратегию развития профессионального организатора МІСЕ мероприятий, контролировать ход реализации стратегии, планировать и прогнозировать развитие профессионального организатора МІСЕ мероприятий в меняющихся рыночных условиях				
	ПК-2-5. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение деятельности организации – профессионального организатора МІСЕ мероприятий	Раздел 2	Методы и технологии продвижения МІСЕ продуктов, способы и инструменты маркетингового и информационного сопровождения МІСЕ мероприятий и продуктов	Применять методы и технологии продвижения МІСЕ продуктов, использовать способы и инструменты маркетингового и информационного сопровождения МІСЕ мероприятий и продуктов в процессе их разработки и реализации	Навыками использования полученных знаний и умений в практической деятельности в процессе обоснования маркетингового и информационного обеспечения проектов МІСЕ мероприятий и продуктов
ПК-3	Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью				
	ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения	Раздел 1, 2	Основы продюсерской деятельности, специфику продюсирования продуктов и мероприятий в МІСЕ индустрии	Инициировать творческие идеи МІСЕ проектов и мероприятий, разрабатывать концепцию продукта, оптимальную тактику его подготовки, продвижения и реализации	Технологиями коммерческой деятельности продюсера, основными методиками промоутерской деятельности, технологиями разработки и продюсирования продуктов МІСЕ индустрии
	ПК-3.2. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение, источники, объемы и сроки финансирования работ по реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий	Раздел 1, 2	Основы маркетинга и рекламы, маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов МІСЕ индустрии	Использовать маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов МІСЕ индустрии в практической деятельности	Навыками использования полученных знаний и умений в практической деятельности при проектировании и реализации МІСЕ продуктов



7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
<p>Знание методов и технологий продвижения MICE продуктов, способов и инструментов маркетингового и информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов</p> <p>Умение применять методы и технологии продвижения MICE продуктов, использовать способы и инструменты маркетингового и информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов в процессе их разработки и реализации</p> <p>Владение навыками использования полученных знаний и умений в практической деятельности в процессе обоснования маркетингового и информационного обеспечения проектов MICE мероприятий и продуктов</p>	<p>Подготовка доклада с презентацией</p> <p>Разработка кейса</p> <p>Тестирование</p> <p>Индивидуальный проект</p>	<p>Студент демонстрирует знание методов и технологий продвижения MICE продуктов, способов и инструментов маркетингового и информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов</p> <p>Студент умеет применять методы и технологии продвижения MICE продуктов, использовать способы и инструменты маркетингового и информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов в процессе их разработки и реализации</p> <p>Студент владеет навыками использования полученных знаний и умений в практической деятельности в процессе обоснования маркетингового и информационного обеспечения проектов MICE мероприятий и продуктов</p>	<p>Закрепление способности обосновывать маркетинговое, правовое и информационное обеспечение деятельности организации – профессионального организатора MICE мероприятий</p>
<p>Знание основ продюсерской деятельности, специфику продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии</p> <p>Умение инициировать творческие идеи MICE проектов и мероприятий, разрабатывать концепцию продукта, оптимальную тактику его подготовки, продвижения и реализации</p> <p>Владение технологиями коммерческой деятельности продюсера, основными методиками промоутерской деятельности, технологиями разработки и продюсирования продуктов MICE индустрии</p>	<p>Подготовка доклада с презентацией</p> <p>Разработка кейса</p> <p>Тестирование</p> <p>Индивидуальный проект</p>	<p>Студент демонстрирует знание основ продюсерской деятельности, специфику продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии</p> <p>Студент умеет инициировать творческие идеи MICE проектов и мероприятий, разрабатывать концепцию продукта, оптимальную тактику его подготовки, продвижения и реализации</p> <p>Студент владеет технологиями коммерческой деятельности продюсера, основными методиками промоутерской деятельности,</p>	<p>Закрепление способности формировать продукт MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организовывать его продажу, контролировать процесс и сроки реализации проектов MICE продуктов и мероприятий, осуществлять оперативное регулирование хода их исполнения</p>



Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
		технологиями разработки и продюсирования продуктов МИСЕ индустрии	
Знание основ маркетинга и рекламы, маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов МИСЕ индустрии Умение использовать маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов МИСЕ индустрии в практической деятельности Владение навыками использования полученных знаний и умений в практической деятельности при проектировании и реализации МИСЕ продуктов	Подготовка доклада с презентацией Разработка кейса Тестирование Индивидуальный проект		

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – доклад

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none">– полно раскрыто содержание материала;– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;– точно используется терминология;– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;– продемонстрирована способность	<ul style="list-style-type: none">– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,– знание основной и дополнительной литературы;– последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы;– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;– подтверждает полное освоение



Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	<p>творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</p> <ul style="list-style-type: none">– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;– допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	<p>компетенций, предусмотренных программой</p>
«4»	<ul style="list-style-type: none">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы.– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:<ul style="list-style-type: none">– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа;– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание– программного материала, основной и– дополнительной литературы;– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none">– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение основной литературы	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного– материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	<ul style="list-style-type: none">– не раскрыто основное содержание учебного материала;– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.– не сформированы компетенции, умения и навыки.	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой



Оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3
71% - 85%	4
86% - 100%	5

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Средство оценивания – презентация докладов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации докладов

Критерии оценивания	баллы
Тема доклада раскрыта, сделаны нужные акценты, точно использован понятийный аппарат, корректно сформулирована цель и задачи доклада, освещена методология сбора, анализа и оценки информации, обоснован вывод. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 4-5 баллов
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не полностью освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«4», если 3 балла
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Использована не актуальная информация. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«3», если 2 балла
Тема доклада не раскрыта, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал отсутствует. Использована устаревшая информация. Студент не смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«2», если менее 2 баллов

Средство оценивания – индивидуального (группового) задания «Разработка кейса»

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при разработке кейсов

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	Разработанный кейс включает в себя характеристику объекта исследования, описание проблемной ситуации, изложение необходимой информации для решения проблемы, систематизацию и изложение данной проблемы так, чтобы другие студенты были подведены к возможному решению данной проблемы, подготовлены ключевые вопросы к исследуемой проблеме, подготовлены доклад и презентация. Приложен свой вариант решения разработанного кейса. Представлена презентация 15-18 слайдов.
Показатели оценки	макс 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный вариант кейса с применением необходимых источников, данных, соблюдением всех критериев оценки, обоснованный вариант решения разработанного кейса. Презентация 15-18 слайдов.
«4», если (7 – 8) баллов	Недостаточная информация для решения разработанного кейса, презентация менее 15 слайдов.



«3», если (5 – 6) баллов	Проблемная ситуация малоинформативна, ключевые вопросы не в полной мере соответствуют изложенной проблеме, не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений. Отсутствует презентация.
--------------------------	--

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – индивидуальный (групповой) проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при разработке проекта

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, в проекте прописаны все необходимые элементы, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, отражены этапы и элементы разработки проекта, сроки реализации, эффективность проекта.	<ul style="list-style-type: none">– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы;– последовательно и четко обосновывает актуальность проекта;– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, сроки реализации, эффективность проекта. Однако в проекте прописаны не все необходимые элементы, отражены не все этапы.	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание программного материала;– в разработке проекта допускает некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;- демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, сроки реализации, эффективность проекта. Однако в проекте прописаны не все	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при разработке проекта не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности его



оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	необходимые элементы, отражены не все этапы и элементы разработки проекта	разработки; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	Содержание проекта не соответствует рекомендациям, отсутствует практическая направленность, не рассчитана эффективность проекта. В проекте не прописаны все необходимые элементы, отражены не все этапы и элементы разработки проекта	– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно обосновывать содержание и этапы разработки проекта, допускает грубые ошибки в разработке проекта – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
4	1,2	Разработка кейсов	Разработка кейса включает в себя: ознакомление с ситуацией; определение проблемы; сбор необходимой информации для решения проблемы; систематизацию и изложение данной проблемы так, чтобы подвести других обучающихся к возможному решению данной проблемы; подготовка ключевых вопросов по исследуемой проблеме; подготовка доклада и презентации. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 9 недели семестра.
4	1	Доклад с презентацией	Доклад должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем доклада 16 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал.



Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
	1		Доклад сопровождается презентацией. При подготовке доклада должны быть использованы методы анализа и синтеза, методы оценки результатов предпринимательской и сервисной деятельности, работы контактных зон, формирования клиентурных отношений, инновации, современные технологии, актуальная информация. Доклад должен раскрывать тему, результаты анализа и обоснованные выводы. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 3 недели семестра.
4	1,2	Тестирование	Тестирование должно опираться на знания теоретического материала и практических навыков. Время выполнения – 20 мин
4	1,2	Индивидуальный (групповой) проект	Проект должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем пояснительной записки 25 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. В проекте должны быть отражены все фазы проекта, описаны поэтапно все области знаний управления проектом, задействованные в рамках разрабатываемого проекта, а также последовательно описаны все группы процессов. К проекту необходимо приложить планы, необходимые для решения поставленной цели проекта. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 16 недели семестра.

Текущий контроль № 1.

Тематика докладов:

1. Основные этапы продюсирования MICE мероприятий: от идеи до реализации. Обзор последовательности действий и ключевых задач продюсера.
2. Роль продюсера в организации международных конференций и форумов. Особенности управления проектами с участием иностранных участников и спикеров.
3. Инновационные технологии в продюсировании MICE мероприятий. Использование виртуальной реальности, дополненной реальности, онлайн-платформ и мобильных приложений.
4. Стратегии привлечения спонсоров и партнеров для MICE мероприятий. Методы поиска, переговоров и удержания бизнес-партнеров.
5. Кейс-стади: успешное продюсирование крупного международного выставочного форума. Анализ конкретного примера с выделением ключевых решений и ошибок.
6. Культурные особенности при продюсировании международных MICE событий. Адаптация сценариев и коммуникаций под разные культурные контексты.
7. Роль маркетинга и PR в продвижении MICE мероприятий. Стратегии привлечения целевой аудитории через цифровые каналы.
8. Кризисное управление в продюсировании MICE событий. Планирование на случай непредвиденных ситуаций (пандемии, природные катаклизмы).
9. Финансовое планирование и бюджетирование в продюсировании MICE мероприятий. Методы оценки затрат и доходов, поиск источников финансирования.
10. Особенности продюсирования международных бизнес-конгрессов. Адаптация форматов, использование онлайн-платформ, управление рисками.
11. Продюсирование incentive-туров: мотивационные программы для корпоративных клиентов. Создание уникальных программ, логистика, взаимодействие с поставщиками услуг.
12. Техническое обеспечение и сценография для крупных выставочных экспозиций. Инновационные решения для презентации экспонатов и взаимодействия с посетителями.



13. Организация тематических корпоративных мероприятий: кейсы и лучшие практики. От выбора темы до реализации сценария.
14. Продюсирование гастрономических фестивалей в рамках бизнес-ивентов. Особенности планирования, логистика, взаимодействие с поставщиками.
15. Продюсирование мероприятий для стартап-сообщества: конкурсы, питчи, хакатоны. Особенности организации, привлечение инвесторов и участников.
16. Организация деловых встреч и B2B-сессий на выставках. Эффективное планирование сетевых мероприятий.
17. Создание тематических incentive-программ для мотивации сотрудников: кейсы и методики. Разработка программ, их реализация и оценка эффективности.
18. Особенности организации MICE мероприятий в условиях ограниченного времени подготовки. Быстрое планирование, управление командой, приоритеты.
19. Продюсирование тематических вечерних мероприятий (гала-ужинов, церемоний награждения). Креативные сценарии, техническое обеспечение, управление гостями.
20. Организация MICE мероприятий в нестандартных локациях (например, на природе или в исторических зданиях). Логистика, безопасность, техническое оснащение.

Текущий контроль № 2 **Задание «Разработка кейса».**

Виды ситуаций:

Иллюстративные ситуации (блиц-ситуации). Ориентированы на формирование профессионального языка и умения идентифицировать проблему в кейс-технологии, общий объём не больше одной страницы.

Нормативные ситуации (чаще всего с элементами задачи). Имеют определённые расчетные и нормативные параметры, позволяющие провести анализ и найти однозначный ответ. Эти ситуации главным образом предназначены для контроля знаний по пройденному теоретическому материалу. Данный тип задач может иметь несколько уровней сложности в зависимости от исходной степени структурирования представленного в ситуации материала. Например, наличие избыточной информации, отсутствие четкой формулировки проблемы и поставленной задачи, неочевидность алгоритма, необходимого для решения имеющейся проблемы в ситуации, и т.д.

Функциональные ситуации. Характерны наличием проблем, лежащих в четко очерченной функционально-предметной области, что требует от слушателя знания теоретических разделов соответствующей дисциплины. Наряду с числовыми данными, как правило, имеется противоречивая информация, усиливающая фактор неопределенности в выборе решения. В таких ситуациях обычно заранее известно правильное решение, но оно не исключает наличия альтернативных, не менее привлекательных. Особое внимание здесь уделяется аргументации и степени доказательности выбранного решения. Тем самым функциональные ситуации ориентированы на развитие инноваций через предметное знание.

Стратегические ситуации. Не имеют, да и не могут иметь однозначного решения из-за невозможности определить влияние нестабильных факторов, которые всегда присутствуют в реальных системах. Это класс наиболее сложных ситуаций, так как множество противоречивых критериев выбора не позволяет окончательно оценить эффективность выдвигаемого решения. Привлекательность же таких ситуаций состоит в том, что они ориентированы на формирование инноваций через концептуальное знание и тем самым работают на формирование ключевой компетенции.

Любой вид проблемной ситуации может быть построен разными способами в зависимости от способа оформления текста, содержащего проблему, скрытые вопросы.



1-й способ заключается в представлении ситуации в виде новой и сложной информации для обучаемых. Данный способ предполагает в процессе работы обучаемых над кейсом с целью заострения внимания к новым объектам или их свойствам искать ответ на вопросы: «Что это значит?», «О чем говорит (свидетельствует) данная информация (факты) и т.д.?». 2-й способ создания проблемной ситуации – рассмотрение противоречивой информации, разные взгляды на один и тот же вопрос. Для того, чтобы выявить проблему, необходимо обнаружить противоречивый характер связи между явлениями и установить природу противоречия или понять, что данное противоречие лишь кажущееся.

3-й способ состоит в создании проблемной ситуации через неполное представление содержания, причем сложность данной ситуации будет различна в зависимости от того, есть ли указание на то, что данное содержание полно или обучающийся должен сам понять это и заняться поиском материала. Осознавая проблемную ситуацию, обучаемый должен выделить или самостоятельно найти его части и синтезировать их в единое целое. Примечание: речь может идти не о полноте всего объекта или системы в целом, а лишь о неполноте одной из характеристик, функций или одного из условий и т.п.

4-й способ заключается в построении своеобразных загадочных ситуаций, когда определенная информация отсутствует, не указаны субъекты или объекты данной ситуации, но даны их характеристики, условия, функции и т.п. Понимание данной проблемной ситуации заключается в обнаружении того, что предмет мысли не выражен в ответе на вопрос: «О чем здесь говорится, каковы характеристики данного объекта, каковы условия протекания данного процесса и т.п.?».

Основные этапы создания кейсов:

1. Формирование дидактических целей кейса.
2. Определение проблемной ситуации.
3. Построение программной карты кейса, состоящей из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте.
4. Поиск институциональной системы (фирма, организация, ведомство и т.д.), которое имеет непосредственное отношение к тезисам программной карты.
5. Сбор информации в институциональной системе относительно тезисов программной карты кейса.
6. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность института; проверка ее соответствия реальности.
7. Выбор жанра кейса.
8. Написание текста кейса.
9. Диагностика правильности и эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента, построенного по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.
10. Подготовка окончательного варианта кейса.

Текущий контроль № 3. Тестирование

Задание 1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 Маркетинговое исследование включает анализ целевой аудитории и конкурентов	а) Гарантируют соблюдение законодательства, минимизируют юридические риски и обеспечивают защиту интересов сторон



2	Правовые аспекты организации мероприятий включают оформление договоров с подрядчиками	б) Обеспечивает привлечение целевой аудитории через онлайн-платформы, соцсети и другие цифровые инструменты
3	Информационное обеспечение включает использование CRM-систем для учета участников	в) Предотвращает утечку конфиденциальной информации и обеспечивает соответствие требованиям законодательства о защите данных
4	Маркетинговая стратегия должна учитывать особенности цифровых каналов продвижения	г) Гарантирует прозрачность условий сотрудничества и защиту интересов организатора и партнеров
5	Юридическая проверка контрактов включает анализ условий оплаты и ответственности сторон	д) Позволяет эффективно управлять данными участников, отслеживать взаимодействия и повышать качество сервиса
		е) Обеспечивает понимание потребностей клиентов и конкурентной среды для разработки эффективной стратегии продвижения

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5

Задание 2. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 SWOT-анализ помогает определить сильные и слабые стороны организации	а) Обеспечивает соблюдение требований законодательства и защиту прав участников
2 Закон о персональных данных регулирует сбор, хранение и обработку информации об участниках	б) Минимизирует риски возникновения конфликтных ситуаций и обеспечивает выполнение обязательств
3 Использование аналитических инструментов помогает оценить эффективность маркетинговых кампаний	в) Позволяет корректировать стратегии продвижения и повышать ROI
	г) Позволяет выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на успех мероприятия

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 3. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 Маркетинговое позиционирование	а) Повышает информированность



включает формирование уникального торгового предложения (УТП)	участников и облегчает коммуникацию
2 Правовые документы, такие как лицензии и разрешения, необходимы для проведения определенных видов мероприятий	б) Помогает выделиться среди конкурентов и привлечь целевую аудиторию
3 Информационная поддержка включает создание сайта мероприятия с актуальной информацией для участников	в) Обеспечивают легальность деятельности и соответствие нормативным требованиям
	г) Защищает коммерческую тайну и личные данные сторон

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 4. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 Аналитика социальных сетей помогает понять реакцию аудитории на маркетинговые кампании	а) Обеспечивает законность рекламных мероприятий и защиту прав потребителей
2 Закон о рекламе регулирует порядок проведения рекламных акций и конкурсов в рамках мероприятия	б) Повышает мобильность работы команды и ускоряет обмен данными
3 Использование облачных сервисов обеспечивает доступ к информационным ресурсам из любой точки мира	в) Позволяет корректировать контент и повысить вовлеченность участников
	г) Защищает права обеих сторон при возможных изменениях или отменах

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 5. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность разработки маркетинговой стратегии. Расставьте шаги в правильной последовательности при разработке маркетинговой стратегии для мероприятия

- 1) Определение каналов продвижения и бюджета
- 2) Анализ целевой аудитории и конкурентов
- 3) Формирование уникального торгового предложения (УТП)
- 4) Построение позиционирования и целей маркетинга
- 5) Оценка эффективности проведенных кампаний



Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

Задание 6. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между этапами формирования и реализации МІСЕ-продукта и их описаниями. Соотнесите каждое описание с правильным этапом.

Описание	Варианты (Этапы)
1. Разработка концепции продукта	а) Создание уникального предложения, учитывающего требования клиента
2. Мониторинг и регулирование процесса	б) Контроль выполнения сроков и качества исполнения проекта
3. Продажа и продвижение продукта	в) Анализ индивидуальных требований клиента и особенностей мероприятия
4. Формирование продукта	г) Организация продаж и продвижения продукта на рынке
	д) Правовое обеспечение проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между действиями и их характеристиками. Соотнесите каждое действие с его описанием.

Действие	Варианты (Характеристики)
1 Оперативное регулирование хода реализации проекта	а) Обеспечивает своевременное выполнение задач
2 Учет индивидуальных требований клиента при формировании продукта	б) Позволяет своевременно выявлять отклонения
3 Контроль соблюдения сроков и качества выполнения работ	в) Создает уникальное предложение для клиента
4 Организация продаж МІСЕ-продукта на рынке	г) Обеспечивает коммерческий успех проекта
	д) Обеспечивает прозрачность взаимоотношений всех заинтересованных сторон реализации проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 8. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между ситуациями и необходимыми действиями. Для каждой ситуации выберите наиболее подходящее действие.



Ситуация	Варианты действий
1 Клиент предъявил новые требования в процессе реализации проекта	а) Провести оперативное регулирование хода исполнения
2 Необходимость увеличить продажи продукта на рынке	б) Анализировать требования клиента и адаптировать продукт
3 Обнаружены задержки в выполнении работ подрядчиками	в) Провести обучение персонала в соответствии с требованиями клиента
4 Требуется подготовить уникальный продукт под конкретного клиента	г) Провести контроль выполнения сроков и корректировать план
	д) Организовать маркетинговую кампанию по продвижению

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 9. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между этапами работы с клиентом и их описаниями. Соотнесите каждый этап с его характеристикой.

Этап работы с клиентом	Варианты (Описание)
1 Формирование индивидуального предложения под требования клиента	а) Представление предложения, переговоры, заключение договора
2 Продажа готового МІСЕ-продукта или услуги клиенту	б) Мониторинг выполнения работ, оперативное вмешательство при необходимости
3 Контроль исполнения проекта в соответствии с договором и требованиями клиента	в) Анализ потребностей клиента, создание уникального продукта
	г) Подготовка и проведение маркетинговой кампании

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между ситуациями при реализации проекта и необходимыми действиями

Варианты действий	Ситуация
1. Провести оперативное регулирование хода исполнения	а) В ходе реализации возникли непредвиденные расходы, превышающие бюджет
2. Анализировать требования клиента, внести коррективы	б) Необходимость увеличить продажи МІСЕ-продукта на рынке после запуска
3. Организовать дополнительные маркетинговые мероприятия	в) В ходе проведения мероприятия выяснилась нехватка волонтеров



4. Провести перераспределение ресурсов или корректировку бюджета	г) Клиент запросил изменение условий мероприятия в процессе подготовки
	д) Обнаружены задержки у подрядчиков, угрожающие срокам завершения проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 11. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между видами контроля и их характеристиками

Вид контроля	Варианты (Характеристики)
1 Оперативный контроль в процессе реализации проекта	а) Обеспечивает анализ затрат и прибыли после завершения проекта
2 Финансовый контроль по итогам проекта	б) Мониторинг прогресса в реальном времени
3 Контроль качества выполнения работ подрядчиками	в) Позволяет своевременно выявлять отклонения от плана
4 Контроль соблюдения сроков выполнения задач	г) Позволяет проверить удовлетворенность клиентов проведенным мероприятием
	д) Проверка соответствия выполненных работ стандартам качества

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 12. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между этапами планирования и их описаниями

Этап планирования	Варианты (Описание)
1. Разработка концепции и формирование продукта	а) Определение требований клиента и целей мероприятия
2. Формирование бюджета и распределение ресурсов	б) Расчет бюджета и ресурсов для реализации проекта
3. Продвижение продукта на рынке и продажа	в) Подготовка коммерческого предложения и презентации
4. Планирование сроков, контрольных точек и контроль исполнения	г) Создание плана реализации проекта с контрольными точками
	д) Разработка программы мониторинга хода реализации проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4



Задание 13. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность информационного обеспечения мероприятия. Расставьте действия по созданию информационной поддержки мероприятия в правильной последовательности.

- 1) Настройка систем регистрации и автоматической рассылки уведомлений
- 2) Разработка сайта или лендинга с актуальной информацией о мероприятии
- 3) Создание базы данных участников и партнеров
- 4) Обеспечение информационной безопасности данных участников
- 5) Продвижение информации о мероприятии через соцсети и СМИ

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

Задание 14. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность подготовки к проведению маркетинговой кампании. Расставьте этапы в правильной последовательности.

- 1) Выбор каналов распространения и таргетинг
- 2) Анализ эффективности предыдущих кампаний
- 3) Разработка креативных материалов и контента
- 4) Определение целей и задач кампании
- 5) Мониторинг и корректировка кампании в процессе

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

Задание 15. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность действий по подготовке документации для международного мероприятия. Расставьте этапы в правильной последовательности.

- 1) Получение визовых разрешений для иностранных участников
- 2) Разработка программы мероприятия с учетом требований страны проведения
- 3) Создание пакета документов для участников (программы, инструкции, сертификаты)
- 4) Подготовка приглашений на мероприятие на нескольких языках
- 5) Проверка соответствия документации требованиям законодательства страны проведения

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

Задание 16. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов – 1**



Что такое продюсирование в контексте MICE мероприятий?

- a) Только организация технического обеспечения мероприятия
- b) Полный цикл подготовки, реализации и последующего анализа мероприятия с учетом всех аспектов и требований клиента
- c) Продажа билетов на мероприятие
- d) Только маркетинговое продвижение мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 17. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов – 1**

Какой этап является первым в процессе продюсирования MICE мероприятия?

- a) Реализация и контроль проведения мероприятия
- b) Постановка целей и определение требований клиента
- c) Продвижение и маркетинг мероприятия
- d) Анализ результатов после проведения

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 18. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов – 1**

Какие из следующих задач входят в обязанности продюсера при подготовке MICE мероприятия?

- a) Разработка концепции и сценария события
- b) Обеспечение технического обеспечения и логистики
- c) Координация работы команды исполнителей
- d) Все вышеперечисленное

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 19. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов – 1**

Выберите правильное утверждение. Какие ключевые компетенции необходимы продюсеру для успешного проведения MICE мероприятия?

- a) Организационные навыки, коммуникабельность, стрессоустойчивость, знание рынка и технологий
- b) Только знание технического оборудования
- c) Исключительно навыки маркетинга и рекламы
- d) Только умение вести переговоры

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 20. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов – 1**



Что включает в себя этап «контроль исполнения» в процессе продюсирования?

- a) Проверку соответствия выполненных работ запланированным стандартам и срокам
- b) Проведение рекламной кампании перед мероприятием
- c) Создание сценария события
- d) Анализ рынка конкурентов

Ответ:

Обоснование ответа:

Текущий контроль № 4 Индивидуальный / групповой проект

Индивидуальный / групповой проект выполняется по общей тематике. В содержании проекта должны быть аргументированно представлены:

- раскрывает поставленные вопросы;
- использованы современные научные методы исследований, актуальная информация, современные информационные технологии;
- отвечает следующим критериям:
 - аргументированность выводов (способность к анализу и сравнениям, способность достижения заданного уровня качества);
 - обоснованность и разноплановость предложенных подходов и определений (восприятие установок и объяснений преподавателя, владение материалом, умение пользоваться учебной, учебно-методической и научной литературой, подготовленность к занятию);
 - форма представления материала (владение культурой и навыками презентации);

Темы проектов

11. Разработка концепции тематической бизнес-конференции. Создайте краткий план мероприятия, определите целевую аудиторию, сценарий и ключевые активности.
12. Создание презентационного портфолио для потенциальных спонсоров MICE мероприятия. Подготовьте материалы, которые бы убедили спонсоров инвестировать в ваше мероприятие.
13. Разработка логистического плана для проведения выставки в выбранном городе. Определите место проведения, транспорт, размещение участников и техническое обеспечение.
14. Создание сценария виртуального или гибридного мероприятия. Разработайте программу онлайн-части, платформу и интерактивные элементы.
15. Разработка маркетинговой стратегии продвижения MICE события. Определите каналы коммуникации, целевую аудиторию и ключевые сообщения.
16. Создание концепции incentive-программы для корпоративных клиентов. Предложите идеи мотивационных программ с описанием сценариев и логистики.
17. Подготовка бюджета и финансового плана для небольшого MICE мероприятия. Рассчитайте основные статьи расходов и предполагаемые доходы.
18. Разработка протокола взаимодействия с поставщиками услуг (кейтеринг, техника, транспорт). Создайте шаблон договоров или чек-лист требований.
19. Создание презентации идеи тематического вечернего мероприятия (гала-ужина или церемонии). Подготовьте визуальные материалы и сценарий.
20. Разработка программы обучения для волонтеров или персонала на мероприятии. Создайте план тренингов и инструкции по выполнению задач.



21. Планирование сценария кризисного реагирования на мероприятии (например, при технических сбоях или чрезвычайных ситуациях).
22. Разработка сценария и технического обеспечения для выставки с использованием дополненной реальности. Создайте концепцию экспозиции с AR-элементами и план технической реализации.
23. Создание программы мотивационных incentive-туров для топ-менеджеров в условиях ограниченного времени. Разработайте краткий маршрут, активности и логистику.
24. Разработка сценария онлайн-участия в международной конференции с использованием платформы Яндекс или аналогичных сервисов. Определите интерактивные форматы, тайминг и технические требования.
25. Создание концепции тематического вечера (например, гала-ужина) в историческом здании с учетом особенностей локации. Разработайте сценарий, оформление и логистику.
26. Разработка проекта по организации B2B-сессий на выставке: тайминг, сценарий и взаимодействие участников. Создайте пример расписания и инструкции для организаторов.
27. Создание концепции тематического корпоративного мероприятия в стиле «ретро» или «фьюжн». Опишите сценарий, оформление, музыку и активности.
28. Разработка сценария проведения деловой игры или тренинга в рамках конференции. Создайте структуру мероприятия, задания и методы оценки участников.
29. Создание плана по организации VIP-зоны на деловом мероприятии. Определите расположение, сервисное обслуживание и особенности оформления.
30. Проектирование программы для проведения деловых переговоров в формате speed dating на выставке

Требования к проекту

Проект должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ. Иметь титульный лист, содержание, список литературы, или сноски. Максимальный объем пояснительной записки 25 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. Неотъемлемой частью проекта является презентация, которая отображает визуальную часть проекта в структурированном виде.

- 1 слайд – титульный лист с логотипом университета
- 2 слайд – концепция мероприятия
- 3-10 слайды – раскрывается основное содержание проекта

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Что такое концепция MICE-мероприятия и из каких элементов она состоит?
2. Какие основные этапы включает процесс продюсирования MICE мероприятия?
3. Назовите основные виды MICE-мероприятий и их особенности.
4. Какие факторы влияют на выбор локации для проведения MICE мероприятия?
5. Что входит в подготовительный этап организации делового мероприятия?
6. Каковы основные критерии выбора подрядчиков и поставщиков услуг для MICE-мероприятия?
7. Объясните роль маркетинга и продвижения в организации MICE-мероприятий.
8. Что такое сценарий мероприятия, и почему он важен для успешной реализации?
9. Как осуществляется управление рисками при проведении MICE-мероприятий?
10. Что такое бюджетирование в контексте продюсирования MICE-мероприятий, и из каких статей он состоит?
11. Объясните понятие «креативная концепция» в организации тематического мероприятия.



12. Какие особенности есть при организации международных конференций или выставок?
13. Что такое «гибкое планирование» в контексте подготовки к мероприятию, и зачем оно нужно?
14. Как осуществляется контроль качества на всех этапах проведения мероприятия?
15. Назовите основные виды маркетинговых коммуникаций, используемых для продвижения MICE-мероприятий.
16. Объясните роль волонтеров и персонала на крупном мероприятии: задачи и особенности их работы.
17. Какие критерии используются при разработке сценария тематического вечернего мероприятия в рамках деловой конференции?
18. Как организовать работу с поставщиками технического оборудования для крупной выставки?
19. Какие меры по обеспечению безопасности участников применимы при проведении мероприятий в исторических зданиях?
20. Какие особенности логистики необходимо учитывать при организации международной деловой выставки с участием участников из разных стран?
21. Как подготовить и провести B2B-сессию на выставке, чтобы обеспечить максимальную эффективность взаимодействия участников?
22. Что включает в себя подготовка и проведение VIP-зоны на крупном мероприятии?
23. Как организовать работу волонтеров на мероприятии с учетом специфики деловых встреч и презентаций?
24. Какие особенности оформления и дизайна фотозон для тематической выставки или конференции?
25. Как выбрать оптимальные методы продвижения мероприятия среди целевой аудитории в условиях ограниченного бюджета?

ФОС для оценки сформированности компетенций

ПК-2. Способен выявлять приоритетные направления в отраслях MICE индустрии, формировать и реализовывать стратегию развития профессионального организатора MICE мероприятий, контролировать ход реализации стратегии, планировать и прогнозировать развитие профессионального организатора MICE мероприятий в меняющихся рыночных условиях, в части:

ПК-2.5. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение деятельности организации – профессионального организатора MICE мероприятий

Задание 1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 Маркетинговое исследование включает анализ целевой аудитории и конкурентов	а) Гарантируют соблюдение законодательства, минимизируют юридические риски и обеспечивают защиту интересов сторон
2 Правовые аспекты организации мероприятий включают оформление договоров с подрядчиками	б) Обеспечивает привлечение целевой аудитории через онлайн-платформы, соцсети и другие цифровые инструменты
3 Информационное обеспечение включает использование CRM-систем для учета участников	в) Предотвращает утечку конфиденциальной информации и обеспечивает соответствие требованиям законодательства о защите данных



4	Маркетинговая стратегия должна учитывать особенности цифровых каналов продвижения	г) Гарантирует прозрачность условий сотрудничества и защиту интересов организатора и партнеров
5	Юридическая проверка контрактов включает анализ условий оплаты и ответственности сторон	д) Позволяет эффективно управлять данными участников, отслеживать взаимодействия и повышать качество сервиса
		е) Обеспечивает понимание потребностей клиентов и конкурентной среды для разработки эффективной стратегии продвижения

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5

Задание 2. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 SWOT-анализ помогает определить сильные и слабые стороны организации	а) Обеспечивает соблюдение требований законодательства и защиту прав участников
2 Закон о персональных данных регулирует сбор, хранение и обработку информации об участниках	б) Минимизирует риски возникновения конфликтных ситуаций и обеспечивает выполнение обязательств
3 Использование аналитических инструментов помогает оценить эффективность маркетинговых кампаний	в) Позволяет корректировать стратегии продвижения и повышать ROI
	г) Позволяет выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на успех мероприятия

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 3. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 Маркетинговое позиционирование включает формирование уникального торгового предложения (УТП)	а) Повышает информированность участников и облегчает коммуникацию
2 Правовые документы, такие как лицензии и разрешения, необходимы для проведения определенных видов мероприятий	б) Помогает выделиться среди конкурентов и привлечь целевую аудиторию
3 Информационная поддержка	в) Обеспечивают легальность деятельности



включает создание сайта мероприятия с актуальной информацией для участников	и соответствие нормативным требованиям
	г) Защищает коммерческую тайну и личные данные сторон

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 4. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите каждое утверждение (А) с правильным объяснением или характеристикой (В).

Утверждение (А)	Обоснование/характеристика (В)
1 Аналитика социальных сетей помогает понять реакцию аудитории на маркетинговые кампании	а) Обеспечивает законность рекламных мероприятий и защиту прав потребителей
2 Закон о рекламе регулирует порядок проведения рекламных акций и конкурсов в рамках мероприятия	б) Повышает мобильность работы команды и ускоряет обмен данными
3 Использование облачных сервисов обеспечивает доступ к информационным ресурсам из любой точки мира	в) Позволяет корректировать контент и повысить вовлеченность участников
	г) Защищает права обеих сторон при возможных изменениях или отменах

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 5. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность разработки маркетинговой стратегии. Расставьте шаги в правильной последовательности при разработке маркетинговой стратегии для мероприятия

- 1) Определение каналов продвижения и бюджета
- 2) Анализ целевой аудитории и конкурентов
- 3) Формирование уникального торгового предложения (УТП)
- 4) Построение позиционирования и целей маркетинга
- 5) Оценка эффективности проведенных кампаний

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

ПК-3. Способен разрабатывать проекты MICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью

ПК-3.1. Формирует продукт MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и



сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения

ПК-3.2. Обосновывает маркетинговое, правовое и информационное обеспечение, источники, объемы и сроки финансирования работ по реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий

Задание 6. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между этапами формирования и реализации МІСЕ-продукта и их описаниями. Соотнесите каждое описание с правильным этапом.

Описание	Варианты (Этапы)
1. Разработка концепции продукта	а) Создание уникального предложения, учитывающего требования клиента
2. Мониторинг и регулирование процесса	б) Контроль выполнения сроков и качества исполнения проекта
3. Продажа и продвижение продукта	в) Анализ индивидуальных требований клиента и особенностей мероприятия
4. Формирование продукта	г) Организация продаж и продвижения продукта на рынке
	д) Правовое обеспечение проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между действиями и их характеристиками. Соотнесите каждое действие с его описанием.

Действие	Варианты (Характеристики)
1 Оперативное регулирование хода реализации проекта	а) Обеспечивает своевременное выполнение задач
2 Учет индивидуальных требований клиента при формировании продукта	б) Позволяет своевременно выявлять отклонения
3 Контроль соблюдения сроков и качества выполнения работ	в) Создает уникальное предложение для клиента
4 Организация продаж МІСЕ-продукта на рынке	г) Обеспечивает коммерческий успех проекта
	д) Обеспечивает прозрачность взаимоотношений всех заинтересованных сторон реализации проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 8. Прочитайте текст и установите соответствие.



Установите соответствие между ситуациями и необходимыми действиями. Для каждой ситуации выберите наиболее подходящее действие.

Ситуация	Варианты действий
1 Клиент предъявил новые требования в процессе реализации проекта	а) Провести оперативное регулирование хода исполнения
2 Необходимость увеличить продажи продукта на рынке	б) Анализировать требования клиента и адаптировать продукт
3 Обнаружены задержки в выполнении работ подрядчиками	в) Провести обучение персонала в соответствии с требованиями клиента
4 Требуется подготовить уникальный продукт под конкретного клиента	г) Провести контроль выполнения сроков и корректировать план
	д) Организовать маркетинговую кампанию по продвижению

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 9. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между этапами работы с клиентом и их описаниями. Соотнесите каждый этап с его характеристикой.

Этап работы с клиентом	Варианты (Описание)
1 Формирование индивидуального предложения под требования клиента	а) Представление предложения, переговоры, заключение договора
2 Продажа готового МІСЕ-продукта или услуги клиенту	б) Мониторинг выполнения работ, оперативное вмешательство при необходимости
3 Контроль исполнения проекта в соответствии с договором и требованиями клиента	в) Анализ потребностей клиента, создание уникального продукта
	г) Подготовка и проведение маркетинговой кампании

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между ситуациями при реализации проекта и необходимыми действиями

Варианты действий	Ситуация
1. Провести оперативное регулирование хода исполнения	а) В ходе реализации возникли непредвиденные расходы, превышающие бюджет
2. Анализировать требования клиента, внести коррективы	б) Необходимость увеличить продажи МІСЕ-продукта на рынке после запуска



3. Организовать дополнительные маркетинговые мероприятия	в) В ходе проведения мероприятия выяснилась нехватка волонтеров
4. Провести перераспределение ресурсов или корректировку бюджета	г) Клиент запросил изменение условий мероприятия в процессе подготовки
	д) Обнаружены задержки у подрядчиков, угрожающие срокам завершения проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 11. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между видами контроля и их характеристиками

Вид контроля	Варианты (Характеристики)
1 Оперативный контроль в процессе реализации проекта	а) Обеспечивает анализ затрат и прибыли после завершения проекта
2 Финансовый контроль по итогам проекта	б) Мониторинг прогресса в реальном времени
3 Контроль качества выполнения работ подрядчиками	в) Позволяет своевременно выявлять отклонения от плана
4 Контроль соблюдения сроков выполнения задач	г) Позволяет проверить удовлетворенность клиентов проведенным мероприятием
	д) Проверка соответствия выполненных работ стандартам качества

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 12. Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между этапами планирования и их описаниями

Этап планирования	Варианты (Описание)
1. Разработка концепции и формирование продукта	а) Определение требований клиента и целей мероприятия
2. Формирование бюджета и распределение ресурсов	б) Расчет бюджета и ресурсов для реализации проекта
3. Продвижение продукта на рынке и продажа	в) Подготовка коммерческого предложения и презентации
4. Планирование сроков, контрольных точек и контроль исполнения	г) Создание плана реализации проекта с контрольными точками
	д) Разработка программы мониторинга хода реализации проекта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:



1	2	3	4

Задание 13. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность информационного обеспечения мероприятия. Расставьте действия по созданию информационной поддержки мероприятия в правильной последовательности.

- 1) Настройка систем регистрации и автоматической рассылки уведомлений
- 2) Разработка сайта или лендинга с актуальной информацией о мероприятии
- 3) Создание базы данных участников и партнеров
- 4) Обеспечение информационной безопасности данных участников
- 5) Продвижение информации о мероприятии через соцсети и СМИ

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

Задание 14. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность подготовки к проведению маркетинговой кампании. Расставьте этапы в правильной последовательности.

- 1) Выбор каналов распространения и таргетинг
- 2) Анализ эффективности предыдущих кампаний
- 3) Разработка креативных материалов и контента
- 4) Определение целей и задач кампании
- 5) Мониторинг и корректировка кампании в процессе

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

Задание 15. Прочитайте текст и установите последовательность

Последовательность действий по подготовке документации для международного мероприятия. Расставьте этапы в правильной последовательности.

- 1) Получение визовых разрешений для иностранных участников
- 2) Разработка программы мероприятия с учетом требований страны проведения
- 3) Создание пакета документов для участников (программы, инструкции, сертификаты)
- 4) Подготовка приглашений на мероприятие на нескольких языках
- 5) Проверка соответствия документации требованиям законодательства страны проведения

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Ответ:

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Раздел 1. Теория продюсирования

Тема 1.1. Основные понятия продюсирования

Вид занятия: семинар. Устный доклад, дискуссия

Целью занятия является изучение основ продюсирования

Вопросы по теме:

Основные понятия и термины. Продюсирование MICE мероприятий. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство.

Практические навыки. Навыки формирования продукта MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Вопросы для устного опроса:

1. Что такое продюсирование в сфере организации мероприятий?
2. Какие основные задачи решает продюсер при подготовке мероприятия?
3. В чем заключается отличие между продюсированием и менеджментом проекта?
4. Назовите основные этапы процесса продюсирования мероприятия и кратко охарактеризуйте каждый из них.
5. Что включает в себя концепция «клиент-ориентированное» продюсирование?
6. Какие ключевые компетенции должен иметь профессиональный продюсер?
7. Что такое «бюджетирование» в контексте продюсирования и почему оно важно?
8. Объясните понятие «креативное продюсирование» и его отличие от традиционного подхода.
9. Как важна команда специалистов для успешного проведения MICE мероприятия, и как организовать ее работу?
10. Что такое «после-мероприятие» и какие задачи решаются на этом этапе?
11. Что такое «брендинг» мероприятия, зачем оно нужно и как его реализовать?
12. Что такое концепция мероприятия?
13. Что такое брифинг?
14. Определение: Документ или устное задание, в котором заказчик формулирует требования к мероприятию.
15. Спонсорство
16. Джеб-оффер (Job Offer)
17. Координационная встреча (Coordination Meeting)
18. Лайн-ап (Line-up)
19. План выступлений, спикеров или артистов на мероприятии.
20. Модерация (Moderation)
21. Питчинг (Pitching)
22. Презентация идеи перед потенциальными инвесторами или заказчиками с целью получения финансирования или одобрения проекта.
23. Репетиция (Rehearsal)
24. Сценография (Scenography)
25. Дизайн сценического оформления и пространства для создания нужной атмосферы.

Вопросы для дискуссии:



1. Какие основные вызовы стоят перед продюсером при организации крупного мероприятия?
2. Как определить и реализовать уникальную концепцию мероприятия, которая привлечет целевую аудиторию?
3. Какие критерии успешности мероприятия вы считаете наиболее важными?

Тема 1.3. Основы продюсерской деятельности

Вид занятия: семинар. Доклад с презентацией

Целью занятия является изучение основ продюсерской деятельности и приобретение умений продюсирования MICE мероприятий

Вопросы по теме:

Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера. Классификация продюсеров и стилей продюсерского управления. Основные принципы целеполагания. Продюсирование как бизнес. Договорная основа сотрудничества с субъектами MICE мероприятий. Определение ниш для реализации медиапроектов и целевых групп. Риски в профессии продюсера.

Практические навыки. Навыки формирования продукта MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Тематика докладов:

1. Роль продюсера в организации мероприятий: основные функции и задачи. Обзор профессиональных обязанностей и компетенций.
2. Ключевые навыки успешного продюсера. Коммуникация, управление проектами, креативность и техническое мастерство.
3. Креативное продюсирование: создание уникальных концепций мероприятий. Идеи, сценарии, оформление пространства.
4. Международное продюсирование: особенности организации глобальных событий. Культурные различия, логистика и коммуникации.
5. Психология участников и гостей: как повысить вовлеченность и удовлетворенность. Создание комфортной атмосферы.
6. Этика и ответственность в деятельности продюсера. Профессиональные стандарты и социальная ответственность.
7. Роль спонсорства и партнерских программ в финансировании мероприятий. Как привлекать спонсоров и выстраивать долгосрочные отношения.
8. Кейс-стади: успешные проекты в сфере продюсирования. Анализ реальных примеров с выводами.
9. Развитие карьеры в сфере продюсирования мероприятий. Образование, профессиональный рост, сертификация.
10. Будущее индустрии мероприятий: тренды и перспективы развития

Раздел 2. Технологии в продюсировании

Тема 2.1. Специфика продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии

Вид занятия: семинар. Разбор конкретных ситуаций

Целью занятия является изучение специфики продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии

Вопросы по теме:

1. Особенности MICE индустрии. Многогранность и комплексность продуктов.



Целевая аудитория: корпоративные клиенты, организаторы, участники. Высокие требования к качеству и сервису. Длительность проектов и их масштабность

2. Продюсирование продуктов в MICE. Разработка концепции мероприятия. Индивидуальный подход к клиенту и его потребностям. Создание уникальных предложений (продуктов) для корпоративных заказчиков. Интеграция различных элементов: логистика, сценарий, техническое обеспечение

3. Специфика организации мероприятий в MICE. Многоступенчатое планирование и координация. Работа с подрядчиками: площадки, техника, кейтеринг, транспорт. Логистика участников и гостей (трансферы, размещение). Взаимодействие с поставщиками услуг высокого уровня

Практические навыки. Навыки формирования продукта MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: Разбор конкретных ситуаций

Кейс 1. Конгресс Cisco Live EMEA 2019 (Европа, Бельгия)

Описание: Международный технологический конгресс Cisco — одно из крупнейших событий в области ИТ и телекоммуникаций, собирающее тысячи участников со всего мира.

Особенности реализации:

- Гибридный формат: сочетание офлайн-мероприятий и онлайн-трансляций для расширения аудитории.
- Логистика: организация проживания, трансферов, питания для участников из разных стран.
- Техническое обеспечение: использование передовых технологий для трансляции, интерактивных сессий и виртуальных стендов.
- Инновации: мобильное приложение для навигации по мероприятию, персонализация программы участников.
- Безопасность: строгие меры безопасности и соблюдение санитарных требований.

Результат:

Успешное проведение с высокой вовлеченностью участников, расширение аудитории за счет онлайн-формата.

Кейс 2. Олимпийские игры 2014 в Сочи

Описание:

Организация крупнейшего спортивного события — Олимпийских игр — требует комплексного продюсирования множества мероприятий, логистики и инфраструктуры.

Особенности реализации:

- Масштабность: строительство новых объектов, подготовка инфраструктуры.
- Многоуровневая логистика: транспортировка спортсменов, делегатов, зрителей.
- Мероприятия на месте: церемонии открытия/закрытия, соревнования, культурные программы.
- Технологии: использование современных технологий для трансляции и безопасности.
- Экологическая ответственность: внедрение экологических решений.

Результат:

Глобальный успех мероприятия с высоким уровнем организации и безопасностью.

Кейс 3. выставка «Ехро 2020 Dubai» (2021–2022)

Описание:



Международная выставка с участием более 190 стран, посвященная инновациям и устойчивому развитию.

Особенности реализации:

- Инновационные решения: использование цифровых платформ для виртуальных туров и онлайн-посетителей.
- Логистика и инфраструктура: создание уникальных павильонов, транспортных систем.
- Экологическая концепция: «устойчивое развитие» — минимизация экологического следа.
- Мультиформатность: сочетание офлайн и онлайн мероприятий для глобальной аудитории.

Результат:

Высокий уровень международного взаимодействия и положительный отклик участников.

Кейс 4. конференция TEDx в Москве (региональные мероприятия)

Описание:

Организация серии локальных TEDx-конференций с участием спикеров из разных областей.

Особенности реализации:

- Локальный подход: адаптация темы под интересы региона.
- Координация волонтеров и спикеров: тщательное планирование сценария.
- Техническое обеспечение: качественная видеозапись для дальнейшего распространения.
- Продвижение: активное использование соцсетей для привлечения аудитории.

Результат:

Создание платформы для обмена знаниями и опытом на локальном уровне с международным стандартом качества.

Тема 2.2. Технологии в продюсировании. Этапы продюсирования. Виды продюсирования

Вид занятия: семинар. Разбор конкретных ситуаций

Целью занятия является изучение технологий продюсирования продуктов и мероприятий в MICE индустрии, приобретение соответствующих умений

Вопросы по теме:

Использование специализированных платформ для планирования и координации (CRM, ERP-системы). Виртуальные площадки и платформы для онлайн-трансляций. Мобильные приложения для участников (регистрация, навигация, взаимодействие). Использование искусственного интеллекта для персонализации опыта. Виртуальные выставочные стенды и экспо-площадки. Блокчейн для безопасных транзакций и сертификатов. Этапы продюсирования мероприятий: идея и концепция, планирование, подготовка, реализация, пост-продакшн и анализ. Виды продюсирования: продюсирование событий (Event Production), продюсирование медиа-продуктов (Media Production), продюсирование культурных проектов (Cultural Production), продюсирование корпоративных мероприятий (Corporate Production), продюсирование образовательных программ (Educational Production)

Практические навыки. Навыки формирования продукта MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организации контроля,



продажи и реализации проектов MICE индустрии

Задания по теме: Разбор конкретных ситуаций

Кейс 1: Всероссийский форум «Территория смыслов» (2020–2024)

Описание:

Межрегиональный форум, объединяющий молодых лидеров, экспертов и участников из разных регионов России.

Использованные технологии:

- Онлайн-платформа для трансляций и интерактивных сессий
- Виртуальные площадки для дискуссий и мастер-классов (VK, Telegram-боты)
- Интерактивные голосования и опросы для вовлечения аудитории
- Использование платформы «Мой мир» для обмена материалами и коммуникации
- Результат:

Обеспечена широкая география участников, высокий уровень вовлеченности, сохранена динамика форума в условиях пандемии.

Кейс 2: Московский международный кинофестиваль (ММКФ) 2021

Описание:

Проведение кинофестиваля с использованием современных технологий.

Использованные технологии:

- Онлайн-трансляции ключевых мероприятий на официальном сайте и YouTube-канале
- Виртуальные кинозалы с возможностью покупки билетов онлайн
- AR-технологии для интерактивных экспозиций и презентаций фильмов
- Использование системы аналитики для оценки интереса зрителей

Результат:

Расширение аудитории за счет онлайн-зрителей, сохранение формата при ограничениях.

Кейс 3: Организация «Петербургского международного экономического форума» (ПМЭФ) 2022

Этапы реализации:

- Идея и концепция: гибридный формат с акцентом на цифровые решения
- Планирование: подбор площадок, разработка сценария с учетом онлайн-включений
- Подготовка: монтаж технического оборудования, тестирование платформ для онлайн-трансляций
- Реализация: проведение мероприятия с синхронной трансляцией и интерактивными сессиями
- Пост-продакшн: публикация видеоматериалов, сбор обратной связи через цифровые каналы

Результат:

Успешное проведение форума с участием более 10 тысяч человек онлайн и офлайн.

Кейс 4: Всероссийский конкурс «Лидеры России» (2021)

Этапы:

- Формулировка целей — выявление управленческих талантов по всей стране
- Подготовка платформы для дистанционного отбора (регистрация, тестирование)
- Проведение онлайн-интервью и финальных этапов через видеоконференции



- Аналитика результатов и награждение победителей

Результат:

Обеспечена масштабность проекта при сохранении высокого уровня отбора.

Кейс 5: Продюсирование фестиваля «Красная площадь» (2019)

Вид: Мероприятие (Event Production)

Описание: Организация масштабного музыкального фестиваля с участием российских звезд. Использование современных сценических технологий, световых шоу и мультимедийных решений.

Кейс 6: Продакшн телепередачи «Голос. Дети Россия»

Вид: Медиа-продукт (Media Production)

Описание: Производство популярного музыкального шоу на телеканале Россия-1. Использование профессиональной студийной техники, монтажных программ и спецэффектов.

Кейс 7: Онлайн-школа «Нетология»

Вид: Образовательное продюсирование (Educational Production)

Описание: Создание платформы для дистанционного обучения по маркетингу, дизайну и программированию. Использование LMS-систем, вебинаров, интерактивных заданий.

Кейс 8: Организация международного бизнес-форума в Москве

Цель:

Организация масштабного международного бизнес-форума в Москве с участием российских и зарубежных компаний для обмена опытом, налаживания партнерских связей и продвижения российских инновационных решений.

Задачи:

1. Обеспечить высокий уровень организации мероприятия
2. Привлечь участников из разных стран
3. Использовать современные технологии для повышения эффективности и вовлеченности
4. Обеспечить безопасность и комфорт участников
5. Создать положительный имидж России как центра делового туризма и инноваций

Этапы реализации проекта:

1. Инициация и подготовка
 - Анализ требований клиента: определение целей мероприятия, целевой аудитории, формата (офлайн/онлайн/гибрид)
 - Исследование рынка: подбор подходящей площадки в Москве (выбор между крупными конференц-центрами или отелями с современными залами)
 - Разработка концепции: создание сценария мероприятия, дизайн программы, определение тематики
 - Бюджетирование: расчет стоимости всех этапов, согласование бюджета с заказчиком
2. Планирование и дизайн
 - Выбор площадки: например, Москва-Сити или Экспоцентр на Красной Пресне — современные многофункциональные пространства с необходимой инфраструктурой



- Разработка логистики: транспортные решения для участников (трансферы), размещение гостей (отели), питание
 - Техническое оснащение: аренда оборудования — звуковые системы, видеостены, световые решения, трансляционные системы для гибридных форматов
 - Создание сценария: расписание выступлений, панельных дискуссий, перерывов
3. Организация и координация
- Работа с подрядчиками: кейтеринг, техническое обслуживание, декорирование пространства
 - Регистрация участников: онлайн-платформы (Eventbrite или собственные решения), мобильные приложения для навигации по мероприятию
 - Информационная поддержка: создание сайта мероприятия, рассылки по участникам
 - Обеспечение безопасности: соблюдение санитарных требований (особенно актуально в условиях пандемии), охрана
4. Проведение мероприятия
- Мониторинг хода события: контроль за соблюдением тайминга, техническое сопровождение
 - Взаимодействие с участниками: модерация дискуссий, ответы на вопросы через чат или мобильное приложение
 - Использование технологий: трансляции в реальном времени на платформе RuTube или специализированных платформах; интерактивные голосования; AR/VR для демонстрации продуктов
5. Постмероприятная деятельность
- Аналитика эффективности: сбор обратной связи через опросы и анкетирование участников
 - Подготовка отчетов: финансовый отчет, анализ посещаемости и вовлеченности
 - PR и маркетинг: публикация фото-, видеоотчетов; публикации в СМИ; продвижение бренда клиента
 - Поддержание контактов: рассылка благодарственных писем и информационных материалов
- Используемые технологии:
- Онлайн-регистрация и билеты
 - Виртуальные платформы для гибридных мероприятий
 - Мобильные приложения: для навигации по программе
 - Интерактивные технологии: AR/VR-презентации
 - Аналитика: системы сбора данных о вовлеченности
 - Социальные сети: продвижение мероприятия через VK

Пример российского MICE проекта — кейс

Международный форум «Российский инновационный форум» (РИФ) — ежегодное мероприятие в Москве с участием ведущих российских и зарубежных экспертов. В 2022 году форум прошел в гибридном формате:

- Офлайн-зал в Москве с современным оборудованием
- Онлайн-трансляции на платформе Hopin
- Интерактивные панели с возможностью задавать вопросы через мобильное приложение
- AR-инсталляции для демонстрации новых технологий
- Постмероприятие — публикация видеороликов и аналитических отчетов



Результаты: расширенная аудитория за счет онлайн-зрителей из разных стран; высокий уровень вовлеченности участников; положительные отзывы.

Тема 2.3. Практическая реализация МІСЕ проекта

Вид занятия: семинар. Деловая игра

Целью занятия приобретение умений и навыков практической реализации МІСЕ проектов

Вопросы по теме:

Этапы реализации МІСЕ проекта. Инициация и подготовка. Планирование и дизайн проекта. Организация и координация. Проведение мероприятия. Постмероприятийная деятельность. Технологии в реализации МІСЕ проектов. Особенности управления рисками при реализации МІСЕ проектов. Итоги и рекомендации по успешной реализации МІСЕ проекта

Практические навыки. Навыки формирования продукта МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организации контроля, продажи и реализации проектов МІСЕ индустрии

Задания по теме: Деловая игра

Цель игры: Развить навыки командного планирования, организации и управления всеми этапами реализации МІСЕ проекта, а также умение принимать решения в условиях ограниченных ресурсов и времени.

Участники

Команды по 4–6 человек (можно разделить на 3–4 команды)

Резюме сценария

Каждая команда выступает в роли организаторов крупного делового мероприятия (конференции, выставки или форума) в российском городе. Их задача — спланировать, подготовить и представить полный план реализации проекта с учетом всех аспектов: бюджета, логистики, маркетинга, технического обеспечения и рисков.

Этапы сценария

Этап 1. Вводное задание (15 минут)

Ведущий объясняет ситуацию: Компания или организация решила провести крупное мероприятие (например, международную конференцию по инновациям).

Участникам раздаются карточки с ролями и исходными данными (например, бюджет, целевая аудитория, дата проведения).

Каждая команда получает задание подготовить план реализации проекта.

Этап 2. Формирование плана (60 минут)

Команды разрабатывают:

- Концепцию мероприятия (тематика, формат)
- Бюджетный план (расходы и источники финансирования)
- Выбор площадки и логистики
- Программу мероприятия
- Маркетинговую стратегию
- Техническое обеспечение (звук, свет, трансляции)
- Меры по обеспечению безопасности и управлению рисками



- План взаимодействия с партнерами и спонсорами

Этап 3. Презентация проектов

Каждая команда презентует свой план: кратко рассказывает о концепции, обосновывает выбор решений, представляет бюджет и основные риски

Этап 4. Обсуждение и критика

Команды задают вопросы друг другу. Ведущий подчеркивает сильные стороны и возможные слабости каждого плана. Обсуждение вариантов улучшения

Этап 5. Итоги и выводы

Подведение итогов по качеству подготовленных проектов, обсуждение полученного опыта: что было сложно, чему научились, советы по практической реализации реальных МІСЕ проектов

Тема 2.4. Финансирование продюсерских проектов в МІСЕ индустрии. Источники финансирования

Вид занятия: семинар. Разбор конкретных ситуаций

Целью занятия приобретение умений и навыков финансирования продюсерских проектов в МІСЕ индустрии, выбора источников финансирования для конкретного проекта

Вопросы по теме:

Значение финансирования в реализации МІСЕ-проектов. Основные этапы финансового планирования. Структура и особенности финансирования МІСЕ-проектов. Источники финансирования продюсерских проектов в МІСЕ индустрии: собственные средства, заемные средства и кредиты, гранты и субсидии, спонсорская поддержка и партнерство, прямые инвестиции и венчурное финансирование, продажа билетов и участие участников, краудфандинг и краудинвестинг, доходы от сопутствующих услуг. Методы привлечения финансирования

Практические навыки. Навыки формирования продукта МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организации контроля, продажи и реализации проектов МІСЕ индустрии, обоснования источников, объемов и сроков финансирования работ по реализации проектов МІСЕ индустрии

Задания по теме: Разбор конкретных ситуаций

Ситуация 1: Недостаток бюджета на крупное мероприятие

Описание:

Организаторы планируют международную конференцию, но текущий бюджет — только 60% от необходимого. Требуется найти дополнительные источники финансирования, чтобы покрыть все расходы.

Вопросы для решения:

Какие источники финансирования можно привлечь?

Как подготовить презентацию для потенциальных спонсоров?

Какие меры по сокращению затрат возможны без потери качества?

Ситуация 2: Отказ крупного спонсора

Описание:

Крупный корпоративный спонсор отказался от участия за месяц до мероприятия из-за внутренних изменений. Это создает риск недофинансирования проекта.

Вопросы для решения:



Какие альтернативные источники финансирования можно привлечь?
Как быстро найти новых спонсоров или партнеров?
Какие меры по сокращению расходов можно предпринять без ущерба для мероприятия?

Ситуация 3: Внезапное увеличение расходов

Описание:

В процессе подготовки выяснилось, что аренда оборудования и техническое обеспечение обойдутся на 20% дороже запланированного бюджета.

Вопросы для решения:

Как перераспределить средства внутри бюджета?

Можно ли привлечь дополнительные средства через краудфандинг или онлайн-платформы?

Какие услуги или расходы можно временно сократить?

Ситуация 4: Использование государственных грантов

Описание:

Команда получила возможность подать заявку на государственный грант, но конкурс очень конкурентен, а сроки ограничены.

Вопросы для решения:

Какие документы и материалы нужны для подачи заявки?

Как повысить шансы на получение гранта?

Какие альтернативные источники поддержки существуют в регионе?

Ситуация 5: Продажа билетов и участие участников как источник дохода

Описание:

Планируется организовать платное участие в выставке/конференции, но есть опасения, что цена билета может отпугнуть участников.

Вопросы для решения:

Какая ценовая политика оптимальна?

Можно ли предложить разные уровни участия (стандартный, VIP)?

Какие дополнительные услуги можно предложить за дополнительную плату?

Ситуация 6: Влияние внешних факторов (экономический кризис)

Описание:

Экономическая ситуация ухудшается, и инвесторы и спонсоры сокращают расходы на мероприятия.

Вопросы для решения:

Как адаптировать проект под новые условия?

Какие источники финансирования остаются доступными?

Как повысить привлекательность мероприятия для участников и спонсоров в сложных условиях?

Тема 2.5. Основы маркетинга и рекламы, маркетинговые инструменты продвижения и реализации продуктов МСЭ индустрии

Вид занятия: семинар. Разбор конкретных ситуаций

Целью занятия приобретение теоретических знаний, умений и навыков в области



маркетинга, рекламы и продвижения продуктов МІСЕ индустрии

Вопросы по теме:

Основы маркетинга в сфере МІСЕ. Маркетинговая стратегия для мероприятий. Маркетинговые инструменты продвижения продуктов МІСЕ индустрии: реклама, продвижение в социальных сетях, PR и информационное освещение, продвижение через партнерства и спонсорство, электронная рассылка (Email-маркетинг), контент-маркетинг и создание ценности для клиента. Реализация маркетинговой стратегии: этапы и инструменты. Методы оценки эффективности маркетинга в МІСЕ индустрии

Практические навыки. Навыки обоснования маркетингового обеспечения деятельности организации – профессионального организатора МІСЕ мероприятий, а также проектов МІСЕ индустрии

Задания по теме: Разбор конкретных ситуаций

Ситуация 1: Недостаточный охват целевой аудитории

Описание:

Организаторы международной конференции заметили, что количество зарегистрированных участников значительно ниже запланированного. Анализ показал, что рекламные кампании в социальных сетях не привлекли ожидаемое количество целевой аудитории.

Вопросы для решения:

Какие дополнительные маркетинговые инструменты можно использовать для привлечения участников?

Как скорректировать рекламную стратегию?

Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для данной целевой аудитории?

Ситуация 2: Неэффективность текущих рекламных каналов

Описание:

Рекламная кампания в традиционных СМИ (газеты, радио) не дала ожидаемого результата по количеству регистраций. В то же время, реклама в соцсетях показывает хорошие показатели вовлеченности, но конверсия остается низкой.

Вопросы для решения:

Какие меры можно предпринять для повышения конверсии?

Как сбалансировать использование традиционных и цифровых каналов?

Какие инструменты аналитики помогут понять эффективность каждого канала?

Ситуация 3: Создание уникального торгового предложения (УТП)

Описание:

Мероприятие — бизнес-форум по инновационным технологиям — сталкивается с конкуренцией со стороны аналогичных событий. Необходимо разработать УТП, чтобы выделиться на рынке.

Вопросы для решения:

Какие элементы УТП можно подчеркнуть?

Как донести уникальность мероприятия через маркетинговые материалы?

Какие каналы продвижения лучше всего использовать для усиления УТП?

Ситуация 4: Использование социальных сетей для продвижения

Описание:



Команда решила активно продвигать мероприятие через Телеграмм и VK, но результаты оказались ниже ожиданий. В постах мало комментариев и репостов.

Вопросы для решения:

Какие виды контента лучше всего работают в этих платформах?

Как повысить вовлеченность аудитории?

Можно ли привлечь лидеров мнений или блогеров для продвижения?

Ситуация 5: PR и информационное освещение

Описание:

Организаторы подготовили пресс-релизы и пригласили журналистов, но публикации вышли очень ограниченными или не привлекли внимания целевой аудитории.

Вопросы для решения:

Какие дополнительные PR-инструменты можно использовать?

Как подготовить более привлекательные информационные поводы?

Можно ли организовать пресс-тур или интервью с спикерами?

Ситуация 6: Продвижение через партнерства и спонсорство

Описание:

Для повышения узнаваемости мероприятия команда решила привлечь партнеров и спонсоров. Однако договоренности затягиваются, а сроки проведения приближаются.

Вопросы для решения:

Какие стратегии быстрого привлечения партнеров возможны?

Как предложить выгодные условия спонсорам?

Можно ли использовать уже существующие связи или платформы для поиска партнеров?

Тема 2.6. Способы и инструменты информационного сопровождения MICE мероприятий и продуктов. Работа со средствами массовой информации

Вид занятия: семинар. Разбор конкретных ситуаций

Целью занятия приобретение теоретических знаний, умений и навыков в области информационного сопровождения мероприятий и продуктов MICE индустрии

Вопросы по теме:

Значение информационного сопровождения для успешной реализации мероприятий. Основные цели и задачи информационной поддержки. Взаимосвязь с маркетингом и PR. Основные способы информационного сопровождения. Инструменты информационного сопровождения: пресс-кит и пресс-пакет, медиа-планирование, контент-маркетинг, мониторинг СМИ и аналитика эффективности. Работа со средствами массовой информации (СМИ). Эффективные практики взаимодействия со СМИ

Практические навыки. Навыки обоснования информационного обеспечения деятельности организации – профессионального организатора MICE мероприятий, а также проектов MICE индустрии

Задания по теме: Разбор конкретных ситуаций

Ситуация 1: Недостаточный охват СМИ

Описание:

Организаторы международной конференции подготовили пресс-релизы и пригласили журналистов, но публикации вышли очень ограниченными или не привлекли внимания целевой аудитории.



Вопросы для решения:

Какие дополнительные инструменты можно использовать для повышения освещения?

Как подготовить более привлекательные информационные поводы?

Можно ли организовать медиа-день или пресс-тур для журналистов?

Ситуация 2: Неэффективное взаимодействие с журналистами

Описание:

На подготовительном этапе организаторы не установили контакты с ключевыми СМИ и журналистами, что привело к отсутствию публикаций о мероприятии.

Вопросы для решения:

Как построить отношения с медиа?

Какие шаги предпринять для быстрого налаживания контактов?

Какие материалы стоит подготовить для журналистов (пресс-кит, фото, видео)?

Ситуация 3: Создание пресс-кита

Описание:

Для подготовки к крупному событию организаторы подготовили пресс-кит, но он получился слишком объемным и сложным для восприятия журналистами.

Вопросы для решения:

Как структурировать пресс-кит, чтобы он был информативным и удобным?

Какие ключевые элементы должны быть обязательно включены?

Как сделать его более привлекательным?

Ситуация 4: Мониторинг СМИ и оценка эффективности

Описание:

После проведения мероприятия команда заметила, что упоминаний в СМИ было мало, а отзывы в соцсетях негативные. Не был проведен мониторинг до и после события.

Вопросы для решения:

Какие инструменты можно использовать для отслеживания упоминаний?

Как анализировать тональность публикаций?

Что делать для улучшения имиджа после негативных отзывов?

Ситуация 5: Работа с лидерами мнений

Описание:

Для повышения узнаваемости мероприятия команда решила привлечь блогеров и лидеров мнений. Однако договоренности затягиваются или не дают ожидаемого результата.

Вопросы для решения:

Как выбрать подходящих лидеров мнений?

Какие условия сотрудничества наиболее эффективны?

Как измерить результат их работы?



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

Основная литература:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1913238> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
2. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 158 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019702-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2134046> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
3. Маркетинг : учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 368 с. - ISBN 978-5-9776-0238-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1843641> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
4. Киреева, О. Ф. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О.Ф. Киреева. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 166 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-111260-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1938084> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
5. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2131859> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
6. Средства массовой информации: формирование общественного мнения. История и современность : учебное пособие / Ю. В. Потапова, А. К. Потапов, А. А. Маленов, Л. А. Динкелакер. - Омск : Издательство Омского государственного университета, 2023. - 119 с. - ISBN 978-5-7779-2648-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144421> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

7. Пивоваров, А. М. Деловые коммуникации: теория и практика : учебное пособие / А. М. Пивоваров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. — 162 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.29039/01913-9>. - ISBN 978-5-369-01913-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2133532> (дата обращения: 24.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2018. - 486 с. -



ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1093675> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим
доступа: по подписке.

9. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пособие для студентов вузов,
обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и
другим кинематографическим специальностям / под ред. В.С. Малышева, Ю.В.
Криволюцкого. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017- 376 с. -(Серия «Медиаобразование»). - ISBN
978-5-238-02318-2. - Текст : электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1028893> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим
доступа: по подписке.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM. Режим доступа:
<https://znanium.com/>. Доступ свободный
2. Электронно-библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа: <https://book.ru/>.
Доступ свободный
3. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс. Режим доступа:
<https://www.consultant.ru/>. Внутрисетевой доступ в читальном зале библиотеки и в
компьютерных классах учебных корпусов.
4. Правительство Российской Федерации. Режим доступа: <http://government.ru/>.
Доступ свободный
5. Министерство экономического развития Российской Федерации. Режим доступа:
<https://www.economy.gov.ru/>. Доступ свободный
6. Официальный сайт Министерства финансов РФ. Режим доступа:
http://www.minfin.ru. Доступ свободный
7. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Режим доступа:
<http://www.nalog.ru>. Доступ свободный
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим
доступа: <http://www.gks.ru/>. Доступ свободный
9. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы. Режим доступа:
<https://fas.gov.ru/pages/contacts/contact-info/>. Доступ свободный
10. Общероссийская общественная организация «Российский союз промышленников и
предпринимателей». Режим доступа: <https://rspp.ru/>. Доступ свободный
11. Профессиональное издательство. Практический журнал «ПЭО» (Планово-
экономический отдел»). Режим доступа: <https://www.profiz.ru/>. Доступ свободный
12. Профессиональное издательство. Практический журнал «Справочник экономиста». Режим
доступа: <https://www.profiz.ru/>. Доступ свободный
13. Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». Режим доступа:
<https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1>. Доступ свободный
14. Словарь финансовых терминов и экономических понятий. Режим доступа:
<https://fingramota.org/servisy/slovar>. Доступ свободный
15. Словари по экономике. Режим доступа: <http://economics.niv.ru/>. Доступ свободный
16. Российский союз выставок и ярмарок. Режим доступа: <https://ruef.ru/> Доступ
свободный
17. Федерация креативных индустрий. Режим доступа: <https://www.creative-russia.ru>.
Доступ свободный



8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. Портал открытых данных Российской Федерации (профессиональная база данных). Режим доступа: <http://data.gov.ru/>. Доступ свободный
4. Профессиональная база данных «Федеральная служба государственной статистики». Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>. Доступ свободный
5. Центральная база статистических данных (ЦБСД) Федеральной службы государственной статистики [профессиональная база данных]. Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/>. Доступ свободный
6. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>. Доступ свободный
7. База данных открытых проектов «ВЦИОМ» (профессиональная база данных). Режим доступа: https://profi.wciom.ru/open_projects/. Доступ свободный
8. База предприятий, компаний и организаций РФ по различным областям деятельности. Режим доступа: <http://www.baza-r.ru/enterprises/>. Доступ свободный
9. База данных о субъектах малого и среднего предпринимательства. Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/>. Доступ свободный
10. База данных ИНИОН (профессиональная база данных). Режим доступа: <http://inion.ru/ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>. Доступ свободный
11. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система). Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>. Доступ свободный
12. Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://www.rsl.ru/ru/rkp/>. Доступ свободный
13. Российская национальная библиотека (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://nlr.ru/>. Доступ свободный
14. Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>. Доступ свободный
15. Национальная экономическая энциклопедия (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://vocable.ru/>. Доступ свободный
16. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/>. Доступ свободный
17. Информационно-справочная система Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/docs/27572260/>. Доступ свободный
18. Информационно-справочная система Университетской информационной системы «Россия» (УИС Россия): финансовая статистика». Режим доступа: https://fingramota.econ.msu.ru/documents/financial_statistics/. Доступ свободный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и занятиях семинарского) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.



В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине в предлагаемой методике обучения выступают лекционные занятия и занятия семинарского типа (с использованием активных и интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Занятия лекционного типа.

Лекция-презентация - это традиционно вузовская учебная лекция, сопровождаемая демонстрационным материалом презентационного характера. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний обучающийся получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Занятия семинарского типа.

Цель занятий семинарского типа заключается в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ дисциплины, приобретение навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Занятия семинарского типа включают в себя семинары в формах круглых столов, семинаров-собеседований, а также практических занятий в форме выполнения решения кейсов.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Самостоятельная работа обучающихся.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической и методической литературой, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Продюсирование МICE мероприятий», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение методиками;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;



– развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивает:

– закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;

– формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;

– приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;

– развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к занятиям лекционного и семинарского типа соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

– подготовка к дискуссии,

– систематизация полученных сведений на практических занятиях,

– изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

Изучение дисциплины «Продюсирование МICE мероприятий» базируется на использовании материалов учебной, научной и практической литературы соответствующей направленности, научных публикаций, материалов периодической печати, практических данных о деятельности субъектов рынка гостиничных услуг. Прежде всего, студенту необходимо ознакомиться с тематикой и программой дисциплины и подобрать соответствующую учебную и специальную литературу.

Читать рекомендуемую литературу следует в спокойной обстановке, не отвлекаясь на посторонние дела и беседы. Вдумчивое чтение оградит от необходимости повторного изучения материала.

Если конспектировать усвоенный материал в процессе самостоятельной работы, то процесс запоминания будет эффективнее. Собственные конспекты позволят в любое время восстановить необходимые знания. Конспектирование прочитанного материала удобнее вести в тетради для конспектов лекций, посвящая ему отдельные разделы. Определения основных понятий лучше всего выделить другим цветом или пометить маркером. Для того, чтобы библиографический источник был узнаваем, нужно делать грамотные ссылки на него: ссылка размещается в конце страницы и содержит указание автора, наименование работы, город издания, издательство, год издания, страницу. Необходимо консультироваться с ведущим преподавателем, показывать ему зримые результаты самостоятельной работы в виде конспектов и выполненных индивидуальных заданий. Это позволит своевременно скорректировать процесс самостоятельного изучения проблем управления гостиничным бизнесом.

Если при чтении рекомендуемой литературы возникли вопросы или несогласия с авторами, необходимо отметить это в домашнем конспекте. Во время консультации непонятные моменты обсуждаются с ведущим преподавателем. Поскольку управление гостиничным бизнесом развивающаяся прикладная наука, в ней существует множество неисследованных областей. Ознакомление с трудами ученых в этой области может способствовать активизации научной деятельности студента.



10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория Специализированная учебная мебель ТСО: Переносное видеопроjectionное оборудование Доска
Занятия семинарского типа	Учебная аудитория Специализированная учебная мебель ТСО: Переносное видеопроjectionное оборудование Доска
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы, Специализированная учебная мебель ТСО: Видеопроjectionное оборудование Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" Доска Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска