

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

МДК 04.01 Организация событийного туризма

профессионального модуля

ПМ.04 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.16 Туризм и гостеприимство

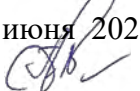
Форма обучения: *очная*

Рабочая программа по учебной дисциплине МДК 04.01 «Организация событийного туризма» разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.12.2022 №1100.

Разработчик:

Ковальчук О.В., преподаватель высшей категории ОСПО филиала ФГБОУ ВО «ВВГУ» в г. Находке.

Рассмотрено и одобрено на заседании методической цикловой комиссии
протокол № 10 от « 19 » июня 2026

Председатель МЦК  В.В. Плахотина

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля.....	
1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы.....	
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля	
2. Структура и содержание профессионального модуля.....	
2.1. Трудоемкость освоения модуля	
2.2. Структура профессионального модуля.....	
2.3. Содержание профессионального модуля	
3. Условия реализации профессионального модуля	
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.04 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ»

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Планирование и организация туристских мероприятий».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы по направленности «Туроператорские и турагентские услуги».

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 4.1	взаимодействовать с поставщиками туристских услуг при организации туристских мероприятий	этику и культуру межличностного общения	планирования программ обслуживания потребителей событийных мероприятий
		законодательство Российской Федерации в сфере туризма	организации процесса обслуживания на событийных мероприятиях
		нормативные документы, регламентирующие организацию событийных туристских мероприятий	
		технологии организации мероприятий	
		виды событийных туристских мероприятий	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Лекции	18	-
Практические занятия	36	68
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	29	-
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	-	-
производственная	108	108
Промежуточная аттестация, в том числе:	6	-

ПМ.04.ЭК (экзамен по модулю)		
Всего	197	176

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Вс его , час .	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Лекции	Практические занятия	Курсовая работа (проект)	Консультация	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ПК 4.1	МДК.04.01* Организация событийного туризма	83	68	83	18	36	-	-	29		
ПК 4.1	Производственная практика	108	108	108							108
	Промежуточная аттестация	6		6	6						
	Всего:	197	176	197	18	36	-	-	29	-	108

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.04.01 Организация событийного туризма			
Тема 1. Понятие и особенности событийного туризма	Содержание	83	ПК 4.1
	Понятие и специфика событийного туризма. Функции событийного туризма. Событийный туризм и событийный менеджмент. Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.	3	
	В том числе практических занятий		
	Анализ календаря событий различных регионов страны и изучение опыта проведения событийных мероприятий в регионах (развлекательные, торжественные, благотворительные, массовые, спортивные, гастрономические и др. мероприятия). Изучение работы Визит-центра Приморского края.	6	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата	5	
Тема 2. Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России	Содержание		ПК 4.1
	Востребованность событийности в настоящее время. Отличительные особенности организации зарубежного событийного туризма. Тенденции развития событийного туризма в мире и России.	3	
	В том числе практических занятий		
	Событийные мероприятия, объекты показа, популярные туры для молодежи. Изучение и характеристика международных мероприятий в туристской сфере.	6	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата	5	
Тема 3. Характеристика событийных	Содержание		ПК 4.1
	Рынок событийного туризма в Приморском крае. Мультипликативный маркетинговый эффект. Целевая аудитория.	3	

	В том числе практических занятий		
--	---	--	--

мероприятий Приморского края	Создание событийного мероприятия на основе алгоритма.	6	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата	5	
Тема 4. Технология проектирования событийного мероприятия	Содержание		ПК 4.1
	Маркетинговое исследование актуальности проектирования. Основные этапы проектирования события. Ресурсная база. Планирование мероприятий. Необходимые ресурсы и распределение работ. Сюжетные мероприятия. Тематические мероприятия. Сюжеты для проведения тематических корпоративных праздников. Персонажи сценариев. Мероприятия в мероприятиях. Гостеприимство и обслуживание в event-туризме. Информационные технологии в событийном менеджменте. Типы стратегий событийного бизнеса.	3	
	В том числе практических занятий		
	Цели, элементы мероприятия, целевые аудитории, задачи. Концепция мероприятия. SWOT-анализ.	6	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата	5	
Тема 5. Менеджмент событийного туризма.	Содержание		ПК 4.1
	Особенности менеджмента событийного туризма. Модели национальных туристических администраций. Миссия события. Координация событийного туризма. Мотивация событийного туризма. Виды контроля в событийном туризме.	3	
	В том числе практических занятий		
	Национальные туристические администрации и их роль в событийном туризме.	6	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата	5	

Тема 6. Маркетинг событийного туризма	Событие как инструмент маркетинга, его место в маркетинговых коммуникациях. Задачи и проблемы организации событийных мероприятий. Роль событийных мероприятий в обеспечении конкурентоспособности территорий. Роль средств PR и рекламы в индустрии событий. Рекламная кампания организаторов событийных мероприятий. Средства рекламы событийных мероприятий.	3	ПК 4.1
	В том числе практических занятий		
	Продвижение событий на рынке	6	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата	4	
Промежуточная аттестация		6	
Всего		83	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет социально-экономических дисциплин

Основное оборудование: Доска подкатная; Мультимедийный комплект (проектор Casio XJ-V2, экран Lumien Eco Picture); Парты ученические двойные; Стол преподавателя; Стулья.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Астафьева, И. Е. Разработка сценариев для специальных событий : учебно-методическое пособие / И. Е. Астафьева. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. — 28 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180299> (дата обращения: 17.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 286 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-16-016969-9. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2129206> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Казюлина, Н. Н., Event - маркетинг : учебное пособие / Н. Н. Казюлина, С. М. Сакович. — Москва : Русайнс, 2024. — 65 с. — ISBN 978-5-466-06354-7. — URL: <https://book.ru/book/953610> (дата обращения: 18.06.2024). — Текст : электронный.
4. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518856> (дата обращения: 18.06.2024).
5. Макаревич, Ю. О., Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе : учебное пособие / Ю. О. Макаревич. — Москва : Русайнс, 2024. — 121 с. — ISBN 978-5-466-06353-0. — URL: <https://book.ru/book/953609> (дата обращения: 18.06.2024). — Текст : электронный.
6. Паршикова, Н. В., Организация научно-практических мероприятий : учебное пособие / Н. В. Паршикова, С. И. Изаак. — Москва : Русайнс, 2023. — 112 с. — ISBN 978-5-466-05762-1. — URL: <https://book.ru/book/953380> (дата обращения: 18.06.2024). — Текст : электронный.
7. Черняева, Г. В. Внутрифирменный PR и Event-менеджмент : учебное пособие / Г. В. Черняева. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 16 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175955> (дата обращения: 17.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3.2.2. Дополнительные источники (при необходимости)

1. ГОСТ Р 54601-2022 Туризм и сопутствующие услуги. URL: <http://vsegost.com/Catalog/>
2. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
3. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
5. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
6. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"
7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
8. Профессиональный портал www.TourDom.ru - Режим доступа: www.TourDom.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 4.1	Проводить анализ потребителей отдельных событийных мероприятий. Организовать процесс формирования и реализации программы событийного мероприятия. Выбрать необходимых канал для продвижения событийных мероприятий.	Контрольные работы, зачеты, экзамен по модулю. Интерпретация результатов выполнения практических заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для проведения текущего контроля и промежуточной
аттестации по учебной дисциплине

МДК 04.01 Организация событийного туризма

профессионального модуля

**ПМ.04 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ
МЕРОПРИЯТИЙ**

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Форма обучения: очная

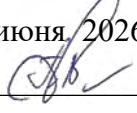
Находка 2026

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине МДК 04.01 «Организация событийного туризма» разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.12.2022 №1100.

Разработчик:

Ковальчук О.В., преподаватель высшей категории ОСПО филиала ФГБОУ ВО «ВВГУ» в г. Находке.

Рассмотрено и одобрено на заседании методической цикловой комиссии
протокол № 10 от « 19 » июня 2026

Председатель МЦК  В.В. Плахотина

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины МДК 04.01 «Организация событийного туризма» КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта (с использованием оценочного средства - *устный опрос в форме собеседования, тесты*)

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ПК 4.1	взаимодействовать с поставщиками туристских услуг при организации туристских мероприятий	этику и культуру межличностного общения	планирования программ обслуживания потребителей событийных мероприятий
		законодательство Российской Федерации в сфере туризма	организации процесса обслуживания на событийных мероприятиях
		нормативные документы, регламентирующие организацию событийных туристских мероприятий	
		технологии организации мероприятий	
		виды событийных туристских мероприятий	

3. Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 1 Понятие и особенности событийного туризма	35	виды событийных туристских мероприятий	Собеседование (п. 5.1 тема 1)	п. 6 Вопросы 1-5.
	У1	взаимодействовать с поставщиками туристских услуг при организации туристских мероприятий	Собеседование (п. 5.1 тема 1)	п. 6 Вопросы 1-5.
Тема 2 Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России	35	виды событийных туристских мероприятий	Собеседование (п. 5.1 тема 2)	Реферат
	У1	взаимодействовать с поставщиками туристских услуг при организации туристских мероприятий	Собеседование (п. 5.1 тема 2)	Реферат
Тема 3 Характеристика событийных мероприятий в Приморском крае	34	технологии организации мероприятий	Собеседование (п. 5.1 тема 3)	Реферат
Тема 4 Технология проектирования событийного	32	Законодательство Российской Федерации в сфере туризма	Собеседование (п. 5.1 тема 4)	п. 6 Вопросы 6-10.

мероприятия	33	нормативные документы, регламентирующие организацию событийных туристских мероприятий	<i>Собеседование (п 5.1 тема 4)</i>	<i>п.6 Вопросы 6-10.</i>
	34	технологии организации мероприятий	<i>Собеседование (п 5.1 тема 4)</i>	<i>п.6 Вопросы 6-10.</i>
Тема 5 Менеджмент событийного туризма.	34	технологии организации мероприятий	<i>Собеседование (п 5.1 тема 5)</i>	<i>Реферат</i>
Тема 6 Маркетинг событийного туризма.	31	этику и культуру межличностного общения	<i>Собеседование (п 5.1 тема 6)</i>	<i>п.6 Вопросы 11-20</i>
	34	технологии организации мероприятий		

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

18

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 1 Понятие и особенности событийного туризма	35	виды событийных туристских мероприятий	Тест Т.1	п.6 Вопросы 1-5.
	У1	взаимодействовать с поставщиками туристских услуг при организации туристских мероприятий	Тест Т.1	п.6 Вопросы 1-5.
Тема 2 Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России	35	виды событийных туристских мероприятий	Тест Т.2	Реферат
	У1	взаимодействовать с поставщиками туристских услуг при организации туристских мероприятий	Тест Т.2	Реферат
Тема 3 Характеристика событийных мероприятий в Приморском крае	34	технологии организации мероприятий	Тест Т.3	Реферат
Тема 4 Технология проектирования событийного мероприятия	32	Законодательство Российской Федерации в сфере туризма	Тест Т.4	п.6 Вопросы 6- 10
	33	нормативные документы, регламентирующие организацию событийных туристских мероприятий	Тест Т.4	п.6 Вопросы 6- 10

	34	технологии организации мероприятий	<i>Тест Т.4</i>	<i>Реферат</i>
Тема 5 Менеджмент событийного туризма.	34	технологии организации мероприятий	<i>Тест Т.5</i>	<i>Реферат</i>
Тема 6 Маркетинг событийного туризма.	31	этику и культуру межличностного общения	<i>Тест Т.6</i>	<i>п.6 Вопросы 11-20</i>

4. Описание процедуры оценивания

Уровень образовательных достижений, обучающихся по дисциплине оценивается по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. *Оценка на дифференцированном зачете выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.*

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: *собеседование, сообщение, устный опрос*)

«отлично» – ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

«хорошо» – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

«удовлетворительно» – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

«неудовлетворительно» – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: *задача, тестовые задания*)

«отлично» – студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

«хорошо» – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

«удовлетворительно» – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

«неудовлетворительно» – работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене

(оценочные средства: *устный опрос в форме собеседования*)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1. Вопросы для собеседования

Тема 1. Понятие и особенности событийного туризма

1. Понятие и специфика событийного туризма.
2. Функции событийного туризма.
3. Событийный туризм и событийный менеджмент.
4. Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.

Тема 2. Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России

1. Востребованность событийности в настоящее время.
2. Отличительные особенности организации зарубежного событийного туризма.
3. Тенденции развития событийного туризма в мире и России.

Тема 3. Характеристика событийных мероприятий в Приморском крае

1. Рынок событийного туризма в Приморском крае.
2. Мультипликативный маркетинговый эффект событийного туризма.
3. Целевая аудитория в событийном туризме.

Тема 4. Технология проектирования событийного мероприятия

1. Основные этапы проектирования события в туризме. Ресурсная база для реализации событийных мероприятий в туризме.
2. Планирование мероприятий событийного туризма.
3. Сюжетные и тематические мероприятия событийного туризма.
4. Гостеприимство и обслуживание в event-туризме.
5. Типы стратегий событийного бизнеса

Тема 5. Менеджмент событийного туризма.

1. Особенности менеджмента событийного туризма.
2. Мотивация событийного туризма.
3. Виды контроля в событийном туризме.

Тема 6. Маркетинг событийного туризма

1. Задачи и проблемы организации событийных мероприятий.
2. Роль событийных мероприятий в обеспечении конкурентоспособности территорий.
3. Роль средств PR и рекламы в индустрии событий.
4. Средства рекламы событийных мероприятий.

5.2. Тестовые задания

Тема 1. Понятие и особенности событийного туризма

БЛОК 1. ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ С ОДНИМ ВАРИАНТОМ ОТВЕТА (5 ВОПРОСОВ)

1. Что является главной мотивирующей причиной поездки в событийном туризме?

- А) Желание сменить климат
- Б) Посещение конкретного мероприятия (ивента), приуроченное к определенной дате
- В) Экономия на проживании за счет групповых скидок
- Г) Лечение в санатории или профилактика здоровья

2. Какая из перечисленных характеристик НЕ является специфическим признаком событийного туризма?

- А) Привязанность путешествия к конкретному событию
- Б) Ограниченность поездки временными рамками события
- В) Отсутствие необходимости в туристской инфраструктуре

Г) Целевая направленность на участие или присутствие на событии

3. Какой эффект событийного туризма проявляется в росте локального патриотизма и интеграции разных слоев населения?

- А) Экономический эффект
- Б) Инфраструктурный эффект
- В) Социальный эффект
- Г) Имиджевый эффект

4. В чем заключается основное отличие «ивента» от «мероприятия»?

- А) Ивент всегда платный, мероприятие — бесплатное
- Б) Ивент — это намеренно организованное событие, имеющее общественный резонанс и конкретную цель
- В) Мероприятие всегда международное, ивент — локальный
- Г) Отличий нет, это синонимы

5. Какая классификация событий предполагает их деление на мега-, региональные и местные события?

- А) Классификация по продолжительности
- Б) Классификация по целевой аудитории
- В) Пирамида событийного туризма Д. Гетца
- Г) Классификация по объектам интереса

БЛОК 2. ВОПРОСЫ НА СООТНОШЕНИЕ (2 ВОПРОСА)

Задание №1. Соотношение функций событийного туризма и их характеристик

Установите соответствие между функцией событийного туризма и ее содержанием:

Функция	Содержание
1. Культурно-познавательная	А. Удовлетворение досуговых потребностей участников, получение положительных эмоций
2. Развлекательная	Б. Социальное общение между людьми, установление новых контактов и знакомств
3. Коммуникативная	В. Знакомство с традициями, культурой, историей места проведения события
4. Интеграционная	Г. Сплочение людей, объединение вокруг общих интересов и символов

Задание №2. Соотношение компонентов событийного туризма и их характеристик

Установите соответствие между компонентом событийного туризма и его содержанием:

Компонент	Характеристика
1. Событие (ивент)	А. Отели, транспорт, предприятия питания, обеспечивающие прием и обслуживание гостей
2. Инфраструктура	Б. Информационная поддержка туристов, навигация, мобильные приложения, стойки информации
3. Информационный туристский центр	В. Основа событийного туризма, главный мотивирующий фактор поездки
4. Сопутствующие	Г. Экскурсии, мастер-классы, дополнительные

БЛОК 3. Задания на последовательность (2 вопроса)

В этих заданиях необходимо расположить пункты в правильном хронологическом порядке

Вопрос 1. Последовательность этапов разработки событийного тура

Расположите в правильной последовательности этапы создания событийного туристического продукта:

1. Анализ рыночного спроса и выбор концепции мероприятия.
2. Заключение договоров с поставщиками услуг (транспорт, проживание, кейтеринг).
3. Формирование пакетного предложения («тур + событие») и расчет стоимости.
4. Продвижение тура через целевые каналы продаж и PR-активности.
5. Проведение тура и сбор обратной связи от участников.

Вопрос 2. Последовательность действий туриста при подготовке к участию в событийном туре

1. Расположите действия туриста в хронологическом порядке (от момента принятия решения до возвращения домой):
2. Бронирование билетов на событие (фестиваль, концерт, матч).
3. Приобретение туристического пакета или самостоятельное бронирование отеля и трансфера.
4. Изучение информации о событии и датах его проведения.
5. Участие в событийной программе.
6. Оформление визы (при необходимости) и страховки.

БЛОК 4. Открытые вопросы (2 вопроса)

В этих вопросах требуется дать развернутое, точное определение термина своими словами.

Вопрос 1. Определение понятия «событийный туризм»

Дайте определение понятию «событийный туризм». Что является главным мотиватором для путешественника в данном виде туризма, в отличие от классического (пляжного или экскурсионного)?

Вопрос 2. Особенности событийного туризма как продукта

Перечислите и дайте краткое определение трем ключевым особенностям событийного туризма, которые отличают его от других видов туризма (с точки зрения организации и спроса).

Тема 2. Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России**БЛОК 1. ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ С ОДНИМ ВАРИАНТОМ ОТВЕТА (5 ВОПРОСОВ)****Вопрос 1.**

Что понимается под термином «ESG-повестка» применительно к организации современных событийных мероприятий?

1. Создание исключительно закрытых элитарных мероприятий для инвесторов.
2. Внедрение принципов экологической ответственности, социальной справедливости и качественного управления (отказ от пластика, волонтерство, доступная среда).
3. Переход на круглосуточный формат проведения фестивалей.

4. Использование только государственного финансирования для обеспечения безопасности.

Вопрос 2.

Какой тренд в событийном туризме получил наибольшее развитие в России в последние 3–5 лет благодаря федеральным программам и национальным проектам?

1. Проведение исключительно виртуальных мероприятий без физического присутствия.
2. Создание и продвижение событийных мероприятий на базе территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР).
3. Активное развитие событийного туризма в малых городах и сельских территориях через грантовую поддержку (например, «Росмолодежь», Президентский фонд культурных инициатив).
4. Строительство огромных крытых стадионов для проведения концертов мировых звезд.

Вопрос 3.

В чем суть тренда «дауншифтинг» в выборе событийных направлений (мировая практика)?

1. В стремлении туристов посетить как можно больше стран за одну поездку.
2. В отказе от громких мега-фестивалей в пользу аутентичных, камерных локальных событий в удаленных регионах с целью смены темпа жизни и получения уникального опыта.
3. В увеличении бюджета поездки за счет покупки VIP-билетов.
4. В выборе исключительно зимних событийных направлений для экономии средств.

Вопрос 4.

Какая современная технология чаще всего используется на крупных мировых и российских фестивалях для решения проблемы большого скопления людей и повышения безопасности?

1. Технология блокчейн для оплаты сувениров.
2. Системы цифрового моделирования потоков посетителей (Big Data) и геолокационные трекеры в билетах.
3. Запрет на продажу билетов через интернет.
4. Полная замена волонтеров роботами.

Вопрос 5.

Как изменился потребительский спрос на событийные туры в мире и России в постпандемный период (после 2022 года)?

1. Спрос полностью переключился на дешевые мероприятия длительностью 1 день.
2. Туристы отдают предпочтение «событиям-впечатлениям» (эксклюзивный доступ, закрытые показы, встречи с организаторами) вместо простого присутствия на шоу.
3. Спрос упал до нуля из-за развития домашних стримингов.
4. Туристы предпочитают только бесплатные городские праздники (День города).

БЛОК 2. ВОПРОСЫ НА СООТНОШЕНИЕ (2 ВОПРОСА)

Вопрос 1. Соотнесите тип мероприятия и его современную тенденцию развития

Установите соответствие между типом событийного мероприятия и актуальным трендом его развития в 2025–2026 годах:

Мероприятие	Тенденция
А. Крупный музыкальный фестиваль (например, «Дикая Мята»)	1. Внедрение систем «умный город» для контроля потоков зрителей и VR-зон.
Б. Исторический ролевой фестиваль (например, «Битва при Бородино»)	2. Отказ от пластика, введение отдельного сбора мусора и углеродная нейтральность (ESG-повестка).
В. Спортивный марафон (например, «Белые ночи» в СПб)	3. Использование NFT-билетов и элементов геймификации для удаленных участников.
Г. Деловой форум или конгресс	4. Включение в программу мастер-классов по аутентичным ремеслам и кухне.

Вопрос 2. Соотнесите мировую тенденцию и ее проявление на российском рынке

Установите соответствие между глобальным трендом и его конкретным проявлением в российских событиях:

Мировой тренд	Российское проявление
А. Дауншифтинг и уход в локальность (локализация)	1. Всплеск гастрофестивалей локальной кухни («Вкус Тайги», «Астраханская рыба»).
Б. Шопинг-теймент (шопинг как развлечение)	2. Создание событий с участием блогеров-миллионников и интерактивными фотозонами.
В. Иммерсивность (погружение)	3. Проведение фестивалей в формате 360° с декорациями полного цикла (например, иммерсивный театр).
Г. Спортивная реконкиста (рост интереса к активному досугу)	4. Увеличение количества любительских забегов, триатлонов и фестивалей городского спорта

БЛОК 3. Задания на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Хронология внедрения трендов в событийной индустрии России

Расположите этапы эволюции событийных мероприятий в России в хронологическом порядке (от ранних этапов к современным):

1. Акцент на советские профессиональные праздники и парады (День Победы, 1 Мая).
2. Появление первых коммерческих зарубежных фестивалей (пивные, джазовые).
3. Массовый переход к «эко-повестке» и устойчивому развитию (зеленые фестивали).
4. Расцвет нишевых событий: киберспортивных, гастрономических и этно-фестивалей, рассчитанных на узкую аудиторию.

Вопрос 2. Последовательность формирования успешного событийного бренда территории

Расположите в логической последовательности шаги по формированию устойчивого бренда события в регионе (от идеи до закрепления в календаре):

1. Мониторинг уникальных локальных ресурсов (мифов, ремесел, истории) для создания «изюминки».
2. Пилотный запуск события с привлечением федеральных медиа для информационного шума.
3. Превращение события в «якорное» (ежегодное) с фиксированной датой, формирующее туристический поток вне сезона.
4. Анализ экономической эффективности (мультипликативный эффект для малого бизнеса региона).

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Определение термина «Иммерсивность» в контексте современных событий

Дайте определение понятию «иммерсивное мероприятие» в контексте современных тенденций событийного туризма.

Вопрос 2. Определение понятия «Глокализация» применительно к событийному туризму

Дайте определение процессу «глокализации» в развитии событийных мероприятий.

Тема 3. Характеристика событийных мероприятий в Приморском крае

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Какое гастрономическое событие является одной из главных визитных карточек событийного туризма Приморского края и собирает на набережной Спортивной гавани до 50 тысяч гостей?

1. Фестиваль «Антоновские яблоки»
2. Фестиваль минтая «О!Мега Вкус»
3. Фестиваль рододендрона
4. Дальневосточный фестиваль «Папоротник»

Вопрос 2.

В честь какого краснокнижного животного, являющегося символом Владивостока и Приморского края, ежегодно проводится масштабный карнавал и праздничные мероприятия?

1. Дальневосточный леопард
2. Белый медведь
3. Амурский тигр
4. Гималайский медведь

Вопрос 3.

Какой крупный деловой форум, направленный на развитие внутреннего и въездного туризма на Дальнем Востоке, ежегодно проводится во Владивостоке?

1. Восточный экономический форум (ВЭФ)
2. Тихоокеанский туристский форум (ТТФ)
3. Петербургский международный экономический форум
4. Форум «Россия — спортивная держава»

Вопрос 4.

Какая характерная черта отличает гастрономические фестивали Приморского края,

такие как фестиваль минтая или фестиваль рододендрона?

1. Они проходят исключительно в закрытых ресторанах для узкого круга лиц.
2. Они сочетают гастрономию с туристическим знакомством с регионом, локальными продуктами и морской атмосферой.
3. Они ориентированы только на иностранных туристов из стран АТР.
4. Проведение фестивалей не влияет на туристический поток в регион.

Вопрос 5.

Какой фестиваль Приморского края был вдохновлён цветением японской сакуры и соединил туристическую часть (наблюдение за цветущим растением) с гастрономической (десерты и напитки в розовых тонах)?

1. Фестиваль лотоса
2. Фестиваль рододендрона
3. Фестиваль сирени
4. Фестиваль пионов

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите событийное мероприятие Приморского края и его основную характеристику.

Установите соответствие между названием события и его ключевым содержанием:

Событие	Характеристика
А. Фестиваль «О!Мега Вкус»	1. Ежегодный карнавал и шествие в защиту краснокнижного хищника.
Б. День тигра	Крупный деловой форум, обсуждающий стратегию развития туризма в регионе.
В. Тихоокеанский туристский форум	3. Гастрономическое событие, посвящённое популяризации дальневосточного минтая.
Г. Фестиваль рододендрона	Событие, вдохновлённое цветением розового растения, сочетающее туризм и гастрономию

Вопрос 2. Соотнесите год с ключевым событием в истории событийного туризма Приморского края.

Установите соответствие между годом и значимым этапом развития событийных мероприятий в регионе:

Год	Событие
А. 2016 год	1. Проведение первого фестиваля минтая «О!Мега Вкус».
Б. 2023 год	2. 15-е юбилейное празднование Дня тигра во Владивостоке.
В. 2025 год	3. Первое проведение Тихоокеанского туристского форума.
Г. 2026 год	4. 10-й юбилейный Тихоокеанский туристский форум.

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Хронология проведения крупных событийных мероприятий в Приморском крае в течение года.

Расположите перечисленные мероприятия в порядке их проведения в течение календарного года (от начала года к концу):

1. Фестиваль рододендрона (вдохновлён весенним цветением)
2. Тихоокеанский туристский форум (апрель)
3. Фестиваль минтая «О!Мега Вкус» (май — начало июня)
4. День тигра (август — сентябрь)

Вопрос 2. Последовательность этапов организации гастрономического фестиваля в Приморском крае (на примере «О!Мега Вкус»).

Расположите в логической последовательности этапы подготовки и проведения гастрономического фестиваля, такого как «О!Мега Вкус» :

1. Проведение уличной части фестиваля на набережной с фудкортом и мастер-классами.
2. Привлечение ресторанов региона к разработке специального меню из локального продукта (минтая).
3. Подведение итогов, сбор обратной связи и оценка туристического потока.
4. Запуск информационной кампании и продвижение фестиваля через ТИЦ (Visit Primorye) и СМИ.

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Дайте определение понятию «гастрономический фестиваль» применительно к событийному туризму Приморского края.

Опираясь на примеры фестивалей «О!Мега Вкус» или фестиваля рододендрона, сформулируйте, что такое гастрономический фестиваль в контексте Приморья. Какую функцию он выполняет для развития туризма в регионе?

Вопрос 2. Дайте определение понятию «событийный туризм» в контексте Приморского края.

Охарактеризуйте, какие специфические черты приобрёл событийный туризм в Приморском крае благодаря его географическому положению, природным и культурным особенностям.

Тема 4. Технология проектирования событийного мероприятия

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Какой этап технологии проектирования событийного мероприятия включает в себя определение целей, задач, формата и тематики будущего события, а также анализ потребностей целевой аудитории?

1. Этап реализации
2. Этап инициации (концептуализация)
3. Этап рефлексии
4. Этап завершения проекта

Вопрос 2.

Что является ключевым содержанием этапа планирования в проектировании событийного мероприятия?

1. Проведение праздничного мероприятия и управление командами
2. Сбор обратной связи и написание благодарственных писем
3. Разработка бюджета, программы, календарного плана и оценка рисков
4. Генерация креативных идей и написание сценария

Вопрос 3.

Какой этап технологии проектирования непосредственно связан с проведением мероприятия,

управлением командами и корректировкой плана в реальном времени?

1. Этап мониторинга и контроля
2. Этап инициации
3. Этап реализации
4. Этап завершения

Вопрос 4.

Для чего предназначен критериально-оценочный блок в структуре организации событийного мероприятия?

1. Для выбора места проведения и поиска спонсоров
2. Для написания сценария и разработки драматургии события
3. Для определения количественных и качественных показателей эффективности мероприятия
4. Для проведения репетиций и технического оснащения площадки

Вопрос 5.

Что подразумевается под «послепроектной деятельностью» в технологии событийного проектирования?

1. Разработка сценария и написание текстов для ведущего
2. Выстраивание перспектив совместной деятельности
3. Поиск площадки и заключение договоров с подрядчиками
4. Проведение технического брифинга для волонтеров

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите этап технологии проектирования и его содержание.

Установите соответствие между названием этапа и основными действиями, выполняемыми на нём:

Этап	Содержание
А. Предпроектный этап	1. Проведение мероприятия, контроль над соблюдением плана и бюджета, работа с участниками.
Б. Этап разработки проекта	2. Анализ результатов, проведение опросов, составление финансового и организационного отчётов.
В. Этап реализации	3. Диагностика ситуации, проблематизация, формулирование идеи, цели и задач события.
Г. Этап оценки и рефлексии	4. Оформление сценария, разработка программы и подготовка мультимедийной презентации проекта.

Вопрос 2. Соотнесите элемент проектирования с его определением.

Установите соответствие между элементом технологии проектирования события и его значением:

Элемент	Определение
А. Концепция события	1. Документ, содержащий подробное описание программы, регламент выступлений и технические требования к площадке.
Б. Сценарий мероприятия	2. Система приёмов, операций и процедур, необходимых для достижения поставленной цели при организации события.
В. Технология проектирования	3. Общая идея, замысел и смысловая направленность события, определяющая его уникальность и формат.
Г. План-сетка (расписание)	4. Детальный временной график проведения всех элементов события с указанием точного времени и ответственных лиц.

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Хронологическая последовательность этапов проектирования события.

Расположите основные этапы проектирования событийного мероприятия в правильной хронологической последовательности (от начала к завершению):

1. Инициация (концептуализация) — определение целей, задач и формата события.
2. Детальное планирование — разработка бюджета, программы, календарного плана.
3. Реализация — проведение мероприятия и оперативный менеджмент.
4. Оценка и рефлексия — подведение итогов, анализ эффективности, сбор обратной связи.

Вопрос 2. Последовательность разработки сценария события.

Расположите в правильном порядке шаги по созданию сценария событийного мероприятия:

1. Определение формы и формата события, соотнесение с целевой аудиторией и местом проведения.
2. Выбор темы и поиск сюжетной линии.
3. Написание текста сценария с проработкой структуры (завязка, основная часть, заключение).
4. Редактирование и утверждение финальной версии сценария .

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Определение понятия «технология проектирования событийного мероприятия».

Дайте определение понятию «технология проектирования событийного мероприятия».

Вопрос 2. Определение понятия «концепция события» в рамках проектирования.

Дайте определение понятию «концепция события». Из каких элементов она состоит?

Тема 5. Менеджмент событийного туризма.

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Какой подход лежит в основе менеджмента событийного туризма и предполагает чёткую временную структуру, ограниченность ресурсами и уникальность результата?

1. Процессный подход
2. Проектный подход
3. Функциональный подход
4. Ситуационный подход

Вопрос 2.

Кто является ключевым субъектом управления в системе менеджмента событийного туризма на национальном уровне?

1. Международная ассоциация организаторов мероприятий
2. Национальные туристические администрации
3. Крупные туроператоры
4. Местные органы самоуправления

Вопрос 3.

Что из перечисленного является мотивационным фактором для туриста при выборе

событийного мероприятия в соответствии с исследованиями туристской мотивации?

1. Наличие прямого авиасообщения с регионом
2. Уникальность и вдохновляющий характер события
3. Количество участников мероприятия
4. Год основания фестиваля

Вопрос 4.

Какой вид контроля применяется в процессе проведения мероприятия для мониторинга отклонений от плана и оперативной корректировки действий?

1. Предварительный контроль
2. Текущий (сопутствующий) контроль
3. Заключительный контроль
4. Исторический контроль

Вопрос 5.

Что относится к функциям event-менеджмента в сфере туризма?

1. Разработка туристской карты региона
2. Планирование, организация, координация, контроль события
3. Строительство гостиничной инфраструктуры
4. Проведение геологических изысканий на площадке

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите вид контроля с его характеристикой.

Установите соответствие между видом контроля и его временным положением относительно события:

Вид контроля	Характеристика
А. Предварительный (превентивный)	1. Анализ отклонений от плана после завершения события для предотвращения их в будущем.
Б. Текущий (сопутствующий)	2. Устанавливается на этапе планирования события (например, проверка оборудования и питания до начала).
В. Заключительный (обратной связи)	3. Позволяет корректировать действия и принимать решения в процессе проведения мероприятия.
Г. Исторический контроль	4. Анализ уже завершённого мероприятия с целью избежать ошибок в будущих событиях.

Вопрос 2. Соотнесите теорию мотивации с её применением в событийном туризме.

Установите соответствие между теорией мотивации и её содержательной характеристикой применительно к событийному туризму:

Теория мотивации	Применение в событийном туризме
------------------	---------------------------------

А. Теория ожиданий (expectancy motivation)	1. Мотивация участников событий включает когнитивные выгоды, психологическое удовлетворение и туристское желание.
Б. Теория социального обмена	2. Участие местных жителей в событии и их поддержка зависят от воспринимаемого баланса затрат и выгод.
В. Теория самодетерминации	3. Автономная мотивация участников способствует формированию места («place making») и удовлетворённости событием.
Г. Двухфакторная теория Герцберга	4. Разделение факторов участия в событии на «удовлетворяющие» (мотивирующие) и «неудовлетворяющие» (гигиенические).

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Последовательность этапов управления событийным проектом.

Расположите этапы жизненного цикла событийного проекта в правильной последовательности:

1. Планирование события (разработка бюджета, программы, календарного плана)
2. Инициация и концептуализация события
3. Реализация и проведение события
4. Заключительный этап (оценка и контроль результатов)

Вопрос 2. Последовательность применения методов контроля в событийном проекте.

Расположите виды контроля в порядке их применения на временной шкале события (от начала работы над проектом до завершения):

1. Текущий (сопутствующий) контроль
2. Исторический анализ (для будущих проектов)
3. Предварительный контроль на этапе планирования
4. Заключительный контроль и анализ отклонений

Тема 6. Маркетинг событийного туризма

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Что является основой событийного маркетинга как инструмента продвижения согласно концепции «экономики впечатлений»?

1. Массовый охват аудитории через традиционные СМИ
2. Создание уникального эмоционального опыта взаимодействия с брендом
3. Минимизация затрат на организацию мероприятия
4. Использование только цифровых каналов коммуникации

Вопрос 2.

Какая задача рекламного продвижения события заключается в привлечении внимания потенциальных участников к проводимым мероприятиям?

1. Доверительно-имиджевая

2. Аргументационно-гарантийная
3. Аттрактивная
4. Аналитическая

Вопрос 3.

Какой канал продвижения крупных мероприятий, по мнению экспертов рынка, занимает 40–50% рекламного бюджета?

1. Наружная реклама
2. Социальные сети и диджитал
3. Партнёрские коллаборации
4. Email-маркетинг

Вопрос 4.

Что из перечисленного относится к ключевым проблемам организации событийных мероприятий, выделяемым экспертами индустрии?

1. Отсутствие спроса на событийные мероприятия
2. Нехватка квалифицированных кадров и подходящих площадок
3. Снижение роли PR в продвижении событий
4. Преобладание государственных заказов над частными

Вопрос 5.

Какую роль выполняют события в обеспечении конкурентоспособности территорий?

1. Заменяют необходимость развития инфраструктуры региона
2. Создают информационные поводы для СМИ, привлекают туристов и формируют бренд территории
3. Снижают туристическую нагрузку на регион
4. Ограничивают развитие малого бизнеса вокруг события

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите задачу рекламного продвижения события с её содержанием.

Установите соответствие между задачей рекламного продвижения и её характеристикой :

Задача	Характеристика
А. Аттрактивная	1. Вызвать положительное отношение к событию или его организаторам.
Б. Доверительно-имиджевая	2. Доказать, привести убедительные аргументы в пользу посещения специального события.
В. Аргументационно-гарантийная	3. Привлечь внимание потенциальных участников специального события к проводимым мероприятиям.

Вопрос 2. Соотнесите тип мероприятия с преобладающими каналами его продвижения.

Установите соответствие между форматом события и рекомендуемыми инструментами рекламы :

Тип мероприятия	Основные каналы продвижения
-----------------	-----------------------------

А. Фестивали, концерты и массовые мероприятия	1. Лендинги под регистрацию, email-рассылки, контент-прогрев перед проведением.
Б. Семинары, вебинары и обучающие мероприятия	2. Масштабные каналы, работа с инфлюенсерами, социальные сети, наружная реклама.
В. Деловые форумы и конференции	3. Персональный подход, прямые приглашения, пиар-каналы.
Г. Презентации для ключевых клиентов	4. Партнёрские каналы, отдельные коммуникации для разных сегментов участников.

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Последовательность этапов процесса рекламной коммуникации в рамках сопровождения специального события.

Расположите этапы процесса рекламной коммуникации в правильной последовательности :

1. Выбор канала передачи рекламной информации
2. Инициирование рекламной коммуникации
3. Доставка рекламной информации целевой аудитории
4. Кодирование рекламной информации — создание рекламного сообщения

Вопрос 2. Последовательность этапов PR-кампании по продвижению события.

Расположите этапы PR-кампании в логической последовательности :

1. Оценка достигнутых результатов
2. Анализ ситуации, постановка задачи
3. Разработка PR-программы
4. Налаживание коммуникаций, выполнение PR-программы

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Определение понятия «событийный маркетинг» как инструмента маркетинговых коммуникаций.

ответ (для проверки):

Событийный маркетинг (event-маркетинг) — это инструмент маркетинговых коммуникаций, основанный на организации и проведении специальных событий (мероприятий) с целью продвижения бренда, товара или услуги через создание эмоционально насыщенного опыта взаимодействия с аудиторией .

Событийный маркетинг предполагает интерактивное взаимодействие и непосредственное участие аудитории. Он решает следующие задачи :

Повышение узнаваемости бренда и формирование его положительного имиджа.

Генерация лидов и поддержка продаж.

Создание информационных поводов для СМИ и PR-коммуникаций.

Формирование лояльного сообщества вокруг бренда.

Демонстрация экспертизы компании через деловые и образовательные события.

Вопрос 2. Определение понятия «паблисити» в контексте информационного сопровождения событий.

Дайте определение понятию «паблисити» применительно к продвижению событийных мероприятий. В чём его отличие от рекламы и какую долю ресурсов рекомендуется на него выделять?

ответ (для проверки):

Паблисити в контексте событийного продвижения — это комплекс действий по бесплатному освещению специального события в новостных разделах, редакционных статьях или в некоммерческих разделах печатных изданий и электронных СМИ.

Ключевое отличие паблисити от рекламы заключается в том, что организатор события не контролирует содержание публикаций — репортёры и авторы статей могут сказать практически всё, что им заблагорассудится о готовящемся событии. При этом паблисити обладает высоким уровнем доверия аудитории, так как воспринимается как независимая оценка.

На паблисити рекомендуется выделять примерно 5–10% ресурсов, предназначенных для информационно-коммуникационного обеспечения специального события. Эти средства используются на создание и распространение информации (пресс-релизы, пресс-конференции, брифинги, встречи с журналистами).

5.3. Тематика рефератов

1. Сущность и классификация событийного туризма. Разберите разные подходы к определению, выделите виды (культурные, спортивные, гастрономические, деловые фестивали и др.) и критерии классификации.

2. История развития событийного туризма. Проследите эволюцию: от древних праздников и соревнований до становления организованного туризма (роль Томаса Кука в XIX веке).

3. Ивент-менеджмент в событийном туризме. Изучите ключевые этапы: от разработки концепции и определения целевой аудитории до логистики, координации и анализа результатов (возврат инвестиций, социально-культурный эффект).

4. Роль маркетинга в событийном туризме. Проанализируйте, как формируется и продвигается событийный турпродукт: инструменты маркетинга, работа с целевой аудиторией, использование цифровых каналов.

5. Инфраструктура как основа. Рассмотрите, какие элементы нужны для успешной организации: средства размещения, транспорт, площадки, информационное сопровождение, кадровое обеспечение.

6. Событийный туризм как инструмент продвижения территории. Исследуйте, как мероприятия помогают формировать имидж региона, привлекать туристов и инвестиции, а также какие риски (например, риск недозагруженности) при этом возникают.

7. Элементы успеха и неудач в практике событийного туризма. Выберите известное событие (например, Октоберфест, карнавал в Венеции, музыкальный фестиваль в Гластонбери) и разберите, какие элементы его организации стали ключевыми для успеха, а какие — потенциальными ловушками.

8. Проблемы и вызовы организации событийного туризма. Выявите сложности: сезонность, зависимость от внешних факторов (погода, политическая ситуация), необходимость долгосрочного планирования, конкуренция за ресурсы.

9. Межрегиональное партнёрство в событийном туризме. Изучите, как объединение усилий соседних территорий помогает создавать более масштабные и интересные событийные маршруты.

10. Цифровые инструменты в организации событий. Проанализируйте, как мобильные приложения, соцсети, Big Data и другие технологии помогают продвигать событие, управлять потоками туристов и собирать обратную связь.

11. Спортивный событийный туризм. Рассмотрите организацию поездок на чемпионаты, Олимпийские игры, гонки (например, Формула-1).

12. Этнографический и тематический туризм. Исследуйте фестивали, посвящённые культуре, традициям, ремёслам, национальной кухне.

13. Деловой событийный туризм. Изучите конгрессы, конференции, выставки как поводы для туристических поездок.

14. Влияние событийного туризма на социально-экономическое развитие региона. Оцените, как приток туристов сказывается на занятости, развитии инфраструктуры, улучшении качества жизни.

15. Этика и устойчивое развитие в событийном туризме. Обсудите вопросы экологичности, сохранения культурного наследия и справедливого распределения благ от проведения мероприятий

6. Вопросы для проведения промежуточной аттестации

БЛОК 1. ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Вопрос 1.

Дайте определение понятию «событийный туризм». Перечислите его специфические признаки и обоснуйте, почему событие является основным мотивирующим фактором в данном виде туризма.

Вопрос 2.

Опишите функции событийного туризма. Раскройте каждую из них с примерами.

Вопрос 3.

В чем заключается значимость событийного туризма для развития региона? Перечислите основные эффекты и приведите примеры из российской практики.

Вопрос 4.

Раскройте взаимосвязь понятий «событийный туризм» и «событийный менеджмент». В чем различие между ними?

Вопрос 5.

Сравните понятия «мероприятие», «событие» и «специальное событие». Что такое «ивент» и в чем его ключевая характеристика?

БЛОК 2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОБЫТИЙНОГО МЕРЕПРИЯТИЯ

Вопрос 6.

Опишите этапы проектирования событийного мероприятия. Раскройте содержание каждого этапа.

Вопрос 7.

Какие критерии используются для оценки успешности событийного мероприятия? Предложите систему показателей.

Вопрос 8.

Опишите процедуру составления бюджета событийного мероприятия. Какие статьи расходов и доходов необходимо предусмотреть?

Вопрос 9.

Опишите этап продвижения событийного мероприятия. Какие каналы и инструменты коммуникации используются?

Вопрос 10.

Какие требования предъявляются к созданию «комфортной среды» для участников событийного мероприятия? Раскройте логистический аспект.

БЛОК 3. МАРКЕТИНГ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА**Вопрос 11.**

Опишите особенности маркетинга событийного туризма. В чем отличие от маркетинга других видов туризма?

Вопрос 12.

Раскройте роль PR-коммуникаций в событийном туризме. Какие инструменты PR наиболее эффективны для продвижения событий?

Вопрос 13.

Опишите «пирамиду событийного туризма» Д. Гетца. Как она помогает в маркетинговом планировании?

Вопрос 14.

Разработайте алгоритм маркетингового продвижения нового событийного мероприятия.

Вопрос 15.

Как событийный туризм влияет на формирование бренда территории? Приведите примеры из практики.

Вопрос 16.

Какие требования предъявляются к инфраструктуре принимающей территории при организации крупных событийных мероприятий?

Вопрос 17.

Обоснуйте высказывание: «Событийный туризм — не просто вид туризма, а ресурс формирования региональной идентичности».

Вопрос 18.

Почему событийный туризм называют одним из самых эффективных инструментов развития туризма в регионах? Раскройте причины и факторы.

Вопрос 19.

Опишите этап управления коммуникациями во время проведения событийного мероприятия. Какие вызовы возникают и как их решать?

Вопрос 20.

В чем заключается долгосрочный эффект от проведения событийного мероприятия? Как его измерить?

**Ключи к оценочным средствам по дисциплине
«Организация событийного туризма»**

5.1 Ответы на вопросы для собеседования для проведения промежуточной аттестации

Тема 1. Понятие и особенности событийного туризма

1. Понятие и специфика событийного туризма

Ответ

Событийный туризм - это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к определённым событиям или мероприятиям. Поводом для таких поездок могут стать события из разных сфер: спорта, культуры, бизнеса, светской и политической жизни. Основная цель поездки неразрывно связана с мероприятием, которое проходит в конкретном месте в определённое время. При этом событийный туризм не исключает и традиционный осмотр достопримечательностей, дегустацию местной кухни или посещение музеев.

Специфика событийного туризма

К ключевым особенностям событийного туризма можно отнести:

- Неразрывная связь с событием. Цель поездки напрямую обусловлена мероприятием, которое проходит в определённом месте и в строго определённое время.
- Создание уникального туристического продукта. Традиционные услуги «упаковываются» в новую форму, которая сочетает отдых с атмосферой праздника и возможностью личного участия в событии.
- Тесная связь с другими видами туризма. Событийный туризм пересекается со спортивным, оздоровительным, сельским, промышленным, научным, культурно-познавательным, деловым, гастрономическим и другими видами.
- Массовость, всесезонность, прогнозируемость, интерактивность, зрелищность, инновационность.
- Зависимость от графика проведения массовых мероприятий. Интенсивность событийного туризма определяется не туристическим сезоном или погодными условиями, а графиком проведения массовых событий на определённой территории.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Функции событийного туризма.

Ответ

Событийный туризм реализует ряд важных функций:

- Экономическая. Стимулирует развитие других сфер экономики (строительство, сельское хозяйство, транспорт, общественное питание), увеличивает налоговые поступления, создаёт новые рабочие места, развивает инфраструктуру.
- Познавательная. Позволяет познакомиться с историко-культурным наследием, традициями, обычаями, способствует просвещению.
- Рекреационная. Способствует эмоциональному восстановлению человека через погружение в поток ярких впечатлений от события.
- Развлекательная. Создаёт атмосферу праздника, даёт возможность получить незабываемые впечатления.
- Коммуникабельная. Способствует общению, установлению новых контактов.

- Имиджевая. Помогает формировать и укреплять позитивный имидж территории (региона, города, дестинации).
- Социокультурная. Может способствовать возрождению местных традиций, развитию народного творчества, патриотическому воспитанию.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Событийный туризм и событийный менеджмент.

Ответ

Событийный менеджмент (или ивент-менеджмент) — это прикладная область, посвящённая планированию, проведению и управлению специальными мероприятиями (фестивали, конференции, спортивные события, культурные программы и т.д.). Он включает изучение особенностей бренда, определение целевой аудитории, разработку концепции события, логистическое планирование и координацию технических аспектов. Важным элементом является анализ результатов события, включая возврат инвестиций и оценку социально-культурного эффекта.

Событийный туризм можно рассматривать как частный случай более широкой сферы — событийного менеджмента. При этом событийный менеджмент шире по своим целям (коммерческим и некоммерческим), потенциальной клиентской базе (местные жители и туристы) и формам проведения.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.

Ответ

Понятие «ивент» и его цели в событийном туризме

Ивент (от англ. event — событие, мероприятие) — это организованное, запланированное событие, которое проводится в определённое время и в определённом месте с конкретной целью. В контексте событийного туризма ивенты выступают главным мотивирующим фактором для поездки.

Цели ивентов в событийном туризме могут быть разными:

- привлечение туристов в регион (особенно в низкий сезон);
- продвижение территории (региона, города, дестинации);
- сохранение и популяризация историко-культурного наследия;
- налаживание деловых контактов (бизнес-форумы, профессиональные конгрессы);
- организация значимых спортивных событий;
- сбор средств на благотворительные цели.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 2. Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России

1. Востребованность событийности в настоящее время

Ответ

Событийный туризм сегодня пользуется устойчивым спросом по нескольким причинам:

- Стремление к уникальному опыту. Туристы всё чаще ищут не просто отдых, а яркие, запоминающиеся впечатления, которые предлагают фестивали, шоу и интерактивные программы.

futuremarketinsights.com

- Рост внутреннего туризма. В России событийный туризм стал важным драйвером роста внутреннего туризма, особенно на фоне ограничений на выездные поездки.
- Государственная поддержка. Программы развития туризма и субсидии из бюджета стимулируют создание новых событийных мероприятий.
- Разнообразие форматов. Растёт интерес к нишевым событиям: гастрономическим фестивалям, этнокультурным праздникам, технологическим выставкам.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Отличительные особенности организации зарубежного событийного туризма

Ответ

За рубежом организация событийного туризма имеет ряд характерных черт:

- Стратегическое планирование. В странах-лидерах (США, Австралия, страны Европы) власти системно подходят к развитию событийного туризма, выстраивая долгосрочные планы и координируя взаимодействие всех участников: организаторов, бизнеса, отелей, транспортных компаний.
- Акцент на уникальности. Дестинации (места проведения) делают ставку на то, что отличает их от других: богатое культурное наследие, природные особенности, исторические традиции. Например, в Италии это фестивали, посвящённые искусству, в Испании — коррида, в Бразилии — карнавалы.
- Масштабность и инфраструктура. Для крупных международных событий строятся или модернизируются современные площадки, улучшаются транспортные связи, развивается гостиничный фонд.
- Продвижение через цифровые каналы. Активно используются социальные сети, специализированные платформы и партнёрства с event-агентствами для привлечения целевой аудитории.
- Учёт мультикультурности. При организации мероприятий учитываются интересы туристов из разных стран, что требует знания иностранных языков и культурных особенностей.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Тенденции развития событийного туризма в мире и России

Ответ

Мировые тенденции:

- Гибридные форматы. Пандемия ускорила развитие онлайн-трансляций и виртуальных туров, которые дополняют реальный опыт.
- Экологичность. Растёт спрос на мероприятия, которые минимизируют воздействие на окружающую среду.
- Инклюзивность. Организаторы стремятся сделать события доступными для людей с разными возможностями.
- Деловой событийный туризм (MICE). Растёт число поездок на конференции, выставки и конгрессы.
- Использование аналитики. Сбор и анализ данных помогают лучше понимать аудиторию и повышать качество обслуживания.

Тенденции в России:

- Переориентация на внутренний туризм. После 2022 года событийный туризм стал одним из ключевых направлений для стимулирования внутреннего потока.
- Рост числа регулярных мероприятий. Увеличивается количество фестивалей, концертов, спортивных турниров, которые привлекают туристов на регулярной основе.
- Развитие межрегиональных событий. Города и регионы конкурируют за аудиторию, формируя собственные бренды и тематические программы.
- Государственная поддержка. Субсидии из федерального бюджета и инициативы вроде «Национального календаря событий» способствуют развитию направления.
- Фокус на нишевые события. Растёт интерес к гастрономическим фестивалям, кинопоказам, этническим праздникам и локальным культурным событиям.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 3. Характеристика событийных мероприятий в Приморском крае

1. Рынок событийного туризма в Приморском крае

Ответ

Приморский край обладает значительным потенциалом для развития событийного туризма благодаря уникальному природному ландшафту, морскому положению и близости к рынкам Азиатско-Тихоокеанского региона. Однако на практике этот потенциал используется не в полной мере.

Ключевые особенности рынка:

- Разнообразие форматов. В регионе проводятся фестивали (например, «Зима у моря», «Фестиваль рододендрона»), спортивные соревнования, гастрономические и национальные праздники, конгрессно-выставочные мероприятия.
- Акцент на морскую тематику. Близость к странам АТР создаёт предпосылки для развития событийно-спортивного туризма, включая морские фестивали и регаты.
- Проблемы. Среди них — недостаточное использование рекреационного потенциала, дисбаланс инфраструктуры, относительно невысокий уровень сервиса в сфере гостеприимства, а также слабая информационная поддержка мероприятий, не нацеленная на привлечение туристов.
- Государственная поддержка. Развитие событийного туризма рассматривается как инструмент для привлечения инвестиций, повышения имиджа региона и увеличения турпотока, в том числе въездного из стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Мультипликативный маркетинговый эффект событийного туризма

Ответ

Мультипликативный эффект — это цепная реакция, когда траты туристов во время события стимулируют развитие смежных отраслей экономики.

Гостиничный бизнес. Резкий рост загрузки отелей и хостелов в даты проведения мероприятий.

Транспорт. Увеличение пассажиропотока на всех видах транспорта, развитие логистических услуг для доставки оборудования.

Общественное питание. Повышение выручки ресторанов, кафе, кейтеринговых компаний, развитие уличной еды.

Розничная торговля. Рост продаж сувениров, товаров местного производства.

Сфера услуг. Развитие экскурсионных бюро, развлекательных центров и других сервисов.

Дополнительные маркетинговые преимущества:

Формирование имиджа. Успешные события создают позитивный образ региона, привлекая не только туристов, но и инвесторов.

Выравнивание сезонности. События помогают привлечь гостей в периоды традиционного спада.

Уникальное торговое предложение. Регулярно проводимые мероприятия становятся «фишкой» территории, отличающей её от конкурентов.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Целевая аудитория в событийном туризме

Ответ

Целевая аудитория — это группа людей, которые целенаправленно планируют поездку, чтобы стать участниками или зрителями конкретного события.

Портрет типичного «событийного туриста»:

Демография. Чаще это молодые люди (18–44 лет), с высшим или незаконченным высшим образованием, живущие в городах.

Мотивация. Интерес к конкретной теме: музыка, кино, спорт, гастрономия, образование.

Поведение. Путешествуют парами или небольшими компаниями, готовы к активным впечатлениям и частому личному участию в событии (а не просто просмотру).

Уровень дохода. Как правило, это люди с доходом выше среднего.

Важно учитывать:

Интересы. Успех события напрямую зависит от того, насколько оно отвечает запросам конкретной аудитории (дата, продолжительность поездки, стоимость билета, список участников).

Сегментация. Аудитория может быть разделена на подгруппы в зависимости от типа события: молодёжь (музыкальные фестивали), семьи с детьми (тематические праздники), любители гастрономии (гастрономические фестивали), бизнес-путешественники (конференции).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 4. Технология проектирования событийного мероприятия

1. Основные этапы проектирования события в туризме

Ответ

Обычно процесс выстраивается так:

Поиск и отбор идей. Анализируют потребности аудитории, тренды, предложения конкурентов, ресурсы компании.

Разработка концепции. Формулируют замысел: тема, формат (фестиваль, конференция, спортивный матч), целевая аудитория, ключевые выгоды.

Определение целей и задач. Чётко формулируют, чего хочет достичь проект (привлечь туристов, продлить сезон, укрепить имидж территории).

Анализ условий. Изучают рынок, конкурентов, инфраструктуру, правовые и финансовые рамки.

Планирование содержания. Прорабатывают программу: расписание, активности, логистику для участников, дополнительные услуги (экскурсии, питание, размещение).

Ресурсное обеспечение. Оценивают, какие ресурсы нужны: площадка, транспорт, персонал, техническое оснащение, финансирование.

Разработка плана реализации. Составляют график, распределяют роли, прорабатывают риски.

Тестирование и доработка. Проводят пилотные запуски, собирают обратную связь, вносят корректировки.

Коммерциализация и внедрение. Готовят продукт к выходу на рынок, запускают продажи.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Планирование мероприятий событийного туризма

Ответ

Планирование — это фундамент. Оно включает:

- чёткую постановку целей и задач;
- определение целевой аудитории (кто поедет: фанаты музыки, спортсмены, любители гастрономии);
- разработку концепции и формата события;
- составление детального плана-графика с распределением ответственности;
- оценку ресурсов и бюджета;
- анализ рисков (погода, логистика, конкуренция) и план их минимизации;
- проработку логистики для туристов (трансфер, размещение рядом с площадкой, сопровождение);
- маркетинговые и коммуникационные стратегии (продвижение, работа со СМИ, соцсети).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Сюжетные и тематические мероприятия событийного туризма

Ответ

События в событийном туризме разнообразны по тематике.

Национальные фестивали и праздники (например, якутский Ысыах, «Вороний день» в Югре).
Театрализованные шоу и исторические реконструкции (рыцарские турниры, фестивали вроде «Дня Бородина»).

Фестивали искусства (кино, театр, музыка, модные показы).

Гастрономические фестивали (праздники огурца, «Еловская рыбка»).

Спортивные события (Олимпиады, чемпионаты, забеги).

Фестивали и выставки цветов.

Аукционы (недвижимости, антиквариата, нумизматические).

Деловые и профессиональные мероприятия (конференции, форумы, технические салоны).

Сюжетная линия в таком событии — это история, вокруг которой строится программа: погружение в культуру, соревнование, праздник или тематический квест.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Гостеприимство и обслуживание в event-туризме

Ответ

Ключевая задача — создать для гостя целостный и запоминающийся опыт. Это включает:

- Персонализацию. Учёт индивидуальных предпочтений (любимый жанр музыки, диетические ограничения).
- Прозрачность. Чёткое информирование о логистических нюансах (время начала, трансферы).
- Комфорт. Удобное размещение, качественное питание, доступность сервисов.
- Сервис на месте. Помощь с навигацией, решение проблем, организация трансфера, предоставление тематических сувениров.
- Безопасность. Проработка мер на случай непредвиденных ситуаций.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5. Типы стратегий событийного туризма

Ответ

В событийном туризме стратегии действительно есть — они помогают понять, как именно регион или организатор планирует привлекать туристов через события. Они различаются по фокусу: что именно закладывается в основу плана, какие цели ставятся и какие инструменты используются.

По роли события в туристическом продукте. Здесь выделяют два подхода:

- «Самодостаточные» (фундаментальные) — событие само по себе становится главной причиной поездки. Турист едет именно на него, и вокруг этого строится весь маршрут (например, крупный музыкальный фестиваль).
- «Дополнительные» (комплиментарные) — событие выступает одним из элементов более широкого туристического продукта. Оно дополняет основной отдых: например, фестиваль может сопровождаться экскурсиями, ярмарками или гастрономическими сессиями.

По масштабу события. Стратегия зависит от того, какого охвата цель:

Мегасобытия (Олимпиада, крупный международный фестиваль) — привлекают массовый поток и медиа.

Большие события (региональные чемпионаты, сезонные ярмарки).

Малые события (локальные праздники, тематические дни) — работают на нишевые аудитории и создание устойчивого имиджа территории.

По тематике и характеру. Стратегия строится вокруг того, что именно за событие предлагается:

Культурные (фестивали кино, театра, исторические реконструкции).

Спортивные (чемпионаты, турниры).

Научные и деловые (конгрессы, форумы, выставки).

Гастрономические (фестивали еды, винные ярмарки).

Природные (фестивали цветов, астрономические явления).

Религиозные и национальные праздники.

По организатору. Стратегия зависит от того, кто стоит за событием:

Организуемые государственными структурами (юбилеи, народные гуляния).

Коммерческие (фестивали, концерты, шоу).

Международными организациями (Олимпиада, крупные чемпионаты).

Туроператорами (специальные событийные туры).

По целям и подходу к продвижению. Здесь фокус на том, как событие будет «продаваться» и оставлять след:

Акцент на уникальности — подчёркивание исключительности события, его связи с местной культурой, традициями или природными особенностями.

Комплексный подход — событие встраивается в более широкую программу развития территории, дополняя другие туристские продукты (культурно-познавательный, активный отдых).

Стратегия работы со СМИ и инфлюенсерами — организация пресс-туров, специальных медиа-акций, вовлечение лидеров мнений для создания информационного шума и «сарафанного радио».

Стратегия устойчивого развития — учёт экологических и социальных последствий, вовлечение местного сообщества в планирование и проведение события.

По периодичности. Стратегия зависит от того, как часто планируется событие:

Разовое (проводится один раз).

Периодическое (проводится через определённый интервал — раз в год, раз в квартал).

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 5. Менеджмент событийного туризма.

1. Особенности менеджмента событийного туризма

Ответ

Событийный туризм — это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к определённым событиям или мероприятиям. Его менеджмент имеет ряд особенностей, которые связаны с уникальностью, временностью и ограниченностью событий.

Ключевые особенности менеджмента в событийном туризме:

Комплексный подход. Подготовка и проведение события требуют координации множества ресурсов: временных, финансовых, человеческих, технических.

Изучение целевой аудитории. Необходимо определить характеристики и потребности потенциальных туристов, чтобы адаптировать мероприятие под их ожидания.

Разработка концепции. Концепция события должна быть оригинальной, запоминающейся и соответствовать интересам целевой аудитории.

Логистическое планирование. Нужно продумать размещение туристов, транспорт, безопасность, инфраструктуру (например, зоны отдыха, точки питания).

Координация технических аспектов. Это включает техническое обеспечение (звук, свет, интернет), работу с подрядчиками, решение возникающих проблем в режиме реального времени.

Анализ результатов. После проведения события необходимо оценить его эффективность, включая возврат инвестиций и социально-культурный эффект (влияние на имидж территории, освещение в СМИ).

Управление рисками. Важно заранее предусмотреть возможные проблемы (безопасность, чрезвычайные ситуации, погодные условия) и разработать планы их минимизации.

fastercapital.com

Сотрудничество с заинтересованными сторонами. Успех часто зависит от партнёрства с местными властями, бизнесом, общественными организациями.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Мотивация событийного туризма

Ответ

Мотивация туристов в событийном туризме связана с желанием стать частью уникального, неординарного события, получить яркие впечатления и сопричастность к нему.

Основные мотивы:

Интерес к конкретному событию. Это может быть музыкальный фестиваль, спортивное соревнование, театральный показ, исторический фестиваль, конференция или редкое природное явление (затмение, цветение растений).

Возможность участия. Многие туристы хотят не просто наблюдать, а активно участвовать: стать участником карнавала, мастер-класса, спортивного матча.

Получение новых знаний. Событие может быть направлено на расширение кругозора: знакомство с культурой, традициями, историей региона.

Преодоление сезонности. Событийный туризм помогает сгладить сезонные колебания в туризме, привлекая гостей в «мёртвый» сезон.

Семейные или личные поводы. Например, свадебные туры или поездки на юбилейные торжества.

Важную роль играет контент и программа мероприятия. Исследования показывают, что на решение туриста сильно влияет качество и привлекательность программы.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Виды контроля в событийном туризме

Ответ

Контроль в событийном туризме можно разделить на три вида в зависимости от этапа проведения события:

Вид контроля Особенности

- Предварительный Осуществляется параллельно с подготовкой. Направлен на проверку готовности всех ресурсов (финансы, персонал, инфраструктура) и своевременного выполнения запланированных мероприятий. Позволяет оценить степень готовности к проведению события.

- Текущий Совпадает с проведением события. Его цель — оперативно получать информацию об удовлетворённости гостей, выявлять и оперативно устранять возникающие проблемы. Для этого могут использоваться опросы, мониторинг отзывов в соцсетях, чек-листы.

- Итоговый (заключительный) Проводится после завершения события. Включает анализ финансовых результатов (возврат инвестиций), оценку социально-культурного эффекта (общественный резонанс, освещение в СМИ), а также подведение итогов работы команды.

Требования к контролю: эффективность (он должен помогать устранять недостатки и оптимизировать расходы), стимулирующий эффект (не должен демотивировать команду), получение достоверной информации о состоянии дел и чёткое определение границ контроля.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

Тема 6. Маркетинг событийного туризма

1. Задачи и проблемы организации событийных мероприятий

Ответ

Задачи организации событийных мероприятий многообразны и зависят от целей инициатора (компании, власти, сообщества). К ключевым задачам можно отнести:

Достижение конкретных целей. Это может быть презентация нового продукта, нетворкинг, тимбилдинг, создание инфоповода для СМИ.

Привлечение целевой аудитории. Формирование интереса и стимулирование участия через продуманную программу и каналы продвижения.

Обеспечение качественного проведения. Решение логистических, технических, организационных вопросов, включая безопасность и техническое оснащение.

Создание положительного имиджа. Укрепление репутации через запоминающиеся впечатления и взаимодействие с аудиторией.

Проблемы, с которыми сталкиваются организаторы, часто связаны с рисками и сложностями реализации:

Форс-мажоры. Технические сбои, болезнь спикера, погодные условия, задержки поставок.

Перерасход бюджета. Непредвиденные расходы, ошибки в расчётах, рост цен у подрядчиков в последний момент.

Несогласованность команды. Плохая коммуникация, дублирование функций, отсутствие чётких

зон ответственности.

Низкая вовлечённость аудитории. Скудная программа, отсутствие интерактивности, что ведёт к разочарованию участников.

Сложности с выбором площадки. Локация должна соответствовать формату, техническим требованиям, обеспечивать комфорт гостей и удобство логистики.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

2. Роль событийных мероприятий в обеспечении конкурентоспособности территорий

Ответ

Событийный маркетинг (или ивент-маркетинг) выступает мощным инструментом повышения привлекательности территорий (городов, регионов, стран) и их конкурентоспособности. Его роль проявляется в нескольких аспектах:

Формирование позитивного имиджа. Яркие, запоминающиеся события создают положительный образ территории в глазах внутренней и внешней аудитории.

Стимулирование туристского потока. Событийный туризм напрямую влияет на экономику, привлекая туристов, которые не только посещают мероприятие, но и знакомятся с достопримечательностями и культурой места.

Развитие инфраструктуры. Для проведения крупных событий часто требуется модернизация транспортной сети, строительство или адаптация площадок, гостиниц, что в итоге улучшает

Привлечение инвестиций. Успешные ивенты повышают инвестиционную привлекательность территории, так как демонстрируют её потенциал.

Создание рабочих мест и развитие бизнеса. Организация мероприятий стимулирует рост в сфере услуг, гостеприимства, развлечений.

Усиление синергии. Событийный маркетинг синхронизирует усилия администрации, бизнеса, СМИ и участников, создавая эффект «оркестра».

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

3. Роль средств PR и рекламы в индустрии событий

Ответ

PR в контексте событийной индустрии направлен на формирование и поддержание позитивного имиджа, создание инфоповодов, укрепление доверия и лояльности аудитории. Инструменты PR включают:

публикации в профильных СМИ;

интервью со спикерами;

экспертные материалы;

организацию пресс-туров для привлечения внимания федеральных медиа.

Реклама же фокусируется на прямом продвижении: привлечении участников, стимулировании продаж билетов, повышении узнаваемости. Эффективная рекламная кампания использует комбинацию онлайн- и офлайн-каналов.

Эти инструменты работают синергично: событие создаёт живой опыт, а PR и реклама усиливают его эффект, расширяя охват и закрепляя нужное впечатление в медиаполе.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

4. Средства рекламы событийных мероприятий

Ответ

Для продвижения ивентов используется широкий арсенал инструментов, которые можно разделить на онлайн- и офлайн-каналы:

Онлайн-каналы:

SMM (социальные сети). Публикации с яркими фото и тизерами программы, сторис, прямые эфиры, конкурсы, розыгрыши билетов.

Контекстная и таргетированная реклама. Настройка кампаний с подбором аудитории по интересам, возрасту, географии.

Email-рассылки. Информирование зарегистрированных участников и повторное привлечение.

SEO и контент-маркетинг. Оптимизация контента под поисковые запросы, создание статей, кейсов, видео, анонсов.

Видеоконтент. Тизеры, эксплейнеры, закулисные ролики, которые погружают аудиторию в атмосферу события.

Партнёрские программы. Коллаборации с блогерами и микроинфлюенсерами, релевантными тематике.

Офлайн-каналы:

Наружная реклама. Баннеры, афиши, листовки, реклама на транспорте.

Размещение на агрегаторах. Такие площадки, как Яндекс.Афиша, Кассир.РУ, Timerpad, KudaGo, помогают расширить охват.

Офлайн-активности. Промо-акции, коллаборации с локальными бизнесами, личные приглашения.

Ответ может быть сформулирован в другой близкой по смыслу формулировке.

5.2. Ответы на вопросы теста

Тема 1. Понятие и особенности событийного туризма

БЛОК 1. ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ С ОДНИМ ВАРИАНТОМ ОТВЕТА (5 ВОПРОСОВ)

Ответы

1 – Б

2 – В

3 – В

4 – Б

5 – В

БЛОК 2. ВОПРОСЫ НА СООТНОШЕНИЕ (2 ВОПРОСА)

Задание №1. Соотношение функций событийного туризма и их характеристик

Установите соответствие между функцией событийного туризма и ее содержанием:

ответы:

1 – В

2 – А

3 – Б

4 – Г

Задание №2. Соотношение компонентов событийного туризма и их характеристик

Установите соответствие между компонентом событийного туризма и его содержанием:

ответы:

1 – В

2 – А

3 – Б

4 – Г

БЛОК 3. Задания на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Последовательность этапов разработки событийного тура

Расположите в правильной последовательности этапы создания событийного туристического продукта:

Ответ: 1, 2, 3, 4, 5.

Вопрос 2. Последовательность действий туриста при подготовке к участию в событийном туре

Расположите действия туриста в хронологическом порядке (от момента принятия решения до возвращения домой):

Ответ: 3, 1, 5, 2, 4. (Примечание: виза оформляется после билетов, но до поездки; отель можно бронировать параллельно с билетами, но в строгой последовательности этот вариант корректен).

БЛОК 4. Открытые вопросы (2 вопроса)

В этих вопросах требуется дать развернутое, точное определение термина своими словами.

Вопрос 1. Определение понятия «событийный туризм»

Дайте определение понятию «событийный туризм». Что является главным мотиватором для путешественника в данном виде туризма, в отличие от классического (пляжного или экскурсионного)?

ответ (для проверки):

Событийный туризм — это вид туризма, при котором поездка планируется с целью посещения какого-либо конкретного события (мероприятия), имеющего ярко выраженный временной характер и уникальную атмосферу (фестиваль, карнавал, спортивные соревнования, концерт, выставка, национальный праздник). Главным мотиватором является не созерцание достопримечательностей, а непосредственное участие в событии или присутствие на нем как зрителе, а также получение ярких эмоций и впечатлений, ограниченных временными рамками мероприятия.

Вопрос 2. Особенности событийного туризма как продукта

Перечислите и дайте краткое определение трем ключевым особенностям событийного туризма, которые отличают его от других видов туризма (с точки зрения организации и спроса).

Овет (для проверки):

К ключевым особенностям относятся (принимаются любые три из перечисленных при их верной трактовке):

Ограниченность во времени (календарная привязанность). Событие происходит строго в определенные даты, и тур невозможно перенести на другой день без потери его сути (сезонность пика спроса).

Уникальность и неповторимость. Каждое событие уникально по своему сценарию, составу участников и атмосфере, что создает эффект дефицита и высокую ценность предложения.

Высокая эмоциональная составляющая. Спрос формируется не на услуги размещения, а на впечатление; турист готов мириться с высокими ценами и неудобствами ради получения незабываемых эмоций.

Комплексный характер бронирования. Часто требует одновременного бронирования билетов на само событие, проживания и транспорта в условиях жесткого дефицита мест (раннее планирование).

Зависимость от кадрового потенциала. Успех тура сильно зависит от квалификации гидов-аниматоров и организаторов, способных создавать шоу и вовлекать аудиторию.

Тема 2. Современные тенденции развития событийных мероприятий в мире и России

БЛОК 1. ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ С ОДНИМ ВАРИАНТОМ ОТВЕТА (5 ВОПРОСОВ)

Вопрос 1.

Что понимается под термином «ESG-повестка» применительно к организации современных событийных мероприятий?

Ответ: 2.

Вопрос 2.

Какой тренд в событийном туризме получил наибольшее развитие в России в последние 3–5 лет благодаря федеральным программам и национальным проектам?

Ответ: 3.

Вопрос 3.

В чем суть тренда «дауншифтинг» в выборе событийных направлений (мировая практика)?

Ответ: 2.

Вопрос 4.

Какая современная технология чаще всего используется на крупных мировых и российских фестивалях для решения проблемы большого скопления людей и повышения безопасности?

Ответ: 2.

Вопрос 5.

Как изменился потребительский спрос на событийные туры в мире и России в постпандемный период (после 2022 года)?

Ответ: 2.

БЛОК 2. ВОПРОСЫ НА СООТНОШЕНИЕ (2 ВОПРОСА)**Вопрос 1. Соотнесите тип мероприятия и его современную тенденцию развития**

Установите соответствие между типом событийного мероприятия и актуальным трендом его развития в 2025–2026 годах:

Ответ

А — 2

Б — 4

В — 1

Г — 3

Вопрос 2. Соотнесите мировую тенденцию и ее проявление на российском рынке

Установите соответствие между глобальным трендом и его конкретным проявлением в российских событиях:

Ответ:

А — 1

Б — 2

В — 3

Г — 4

БЛОК 3. Задания на последовательность (2 вопроса)**Вопрос 1. Хронология внедрения трендов в событийной индустрии России**

Расположите этапы эволюции событийных мероприятий в России в хронологическом порядке (от ранних этапов к современным):

Ответ: 1, 2, 4, 3.

(Пояснение: сначала массовые идеологические, затем коммерциализация 90-х, затем бум нишевости в 2010-х, и наконец экологичность и ESG как современный приоритет)

Вопрос 2. Последовательность формирования успешного событийного бренда территории

Расположите в логической последовательности шаги по формированию устойчивого бренда события в регионе (от идеи до закрепления в календаре):

Ответ: 1, 2, 4, 3.

БЛОК 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)**Вопрос 1. Определение термина «Иммерсивность» в контексте современных событий**

Дайте определение понятию «иммерсивное мероприятие» в контексте современных тенденций событийного туризма. В чем отличие иммерсивного формата от классического зрительского формата?

Ответ (для проверки):

Иммерсивное мероприятие — это формат событийного туризма, предполагающий полное погружение участника в искусственно созданную среду (историческую эпоху, атмосферу фильма, виртуальную реальность) за счет интерактивного взаимодействия с декорациями,

актерами и другими гостями. Ключевое отличие от классического формата заключается в том, что зритель перестает быть пассивным наблюдателем (созерцателем) и становится активным участником (агентом) действия, где его выбор и решения влияют на ход события.

Вопрос 2. Определение понятия «Глокализация» применительно к событийному туризму

Дайте определение процессу «глокализации» в развитии событийных мероприятий. Как этот тренд проявляется в России на практике?

Ответ (для проверки):

Глокализация в событийном туризме — это синтез глобальных трендов (современных технологий, актуальных форматов, мировых стандартов сервиса) с локальной аутентичностью (местными традициями, гастрономией, фольклором, историей). В России этот тренд проявляется в том, что региональные фестивали (например, «Крутушка» в Татарстане или этно-фесты в Сибири) используют современное световое и звуковое оборудование, мировые схемы продвижения и приглашают зарубежных артистов, но при этом сохраняют уникальный национальный колорит, местные обряды и блюда, делая событие интересным как для иностранцев, так и для искушенных российских туристов.

Тема 3. Характеристика событийных мероприятий в Приморском крае

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Какое гастрономическое событие является одной из главных визитных карточек событийного туризма Приморского края и собирает на набережной Спортивной гавани до 50 тысяч гостей?

Ответ: 2.

(Пояснение: фестиваль минтая «О!Мега Вкус» проводится во Владивостоке с 2023 года, объединяет рестораны, уличные гастрономические площадки и привлекает десятки тысяч гостей.)

Вопрос 2.

В честь какого краснокнижного животного, являющегося символом Владивостока и Приморского края, ежегодно проводится масштабный карнавал и праздничные мероприятия?

Ответ: 3.

(Пояснение: День тигра — ежегодный праздник во Владивостоке, цель которого — привлечь внимание к сохранению амурского тигра. В центре города проходит карнавальное шествие в оранжево-чёрных костюмах.)

Вопрос 3.

Какой крупный деловой форум, направленный на развитие внутреннего и въездного туризма на Дальнем Востоке, ежегодно проводится во Владивостоке?

Ответ: 2.

(Пояснение: Тихоокеанский туристский форум проводится во Владивостоке с 2016 года. В 2025 году форум прошёл в 10-й раз и собрал более 500 участников — представителей турбизнеса и власти для обсуждения трендов и развития туризма в регионе.)

Вопрос 4.

Какая характерная черта отличает гастрономические фестивали Приморского края, такие как фестиваль минтая или фестиваль рододендрона?

Ответ: 2.

(Пояснение: как отмечают организаторы, гастрономические фестивали стали драйвером туризма в Приморье. Они предлагают туристам впечатления, которые можно «почувствовать через вкус, атмосферу и эмоции», знакомят с дальневосточной кухней и локальными

продуктами .)

Вопрос 5.

Какой фестиваль Приморского края был вдохновлён цветением японской сакуры и соединил туристическую часть (наблюдение за цветущим растением) с гастрономической (десерты и напитки в розовых тонах)?

Ответ: 2.

(Пояснение: фестиваль рододендрона родился из идеи, почему бы не любоваться цветением рододендрона в Приморье, как в Японии сакурой. Сегодня в нём участвуют около 30 ресторанных проектов, создающих тематические блюда)

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите событийное мероприятие Приморского края и его основную характеристику.

Установите соответствие между названием события и его ключевым содержанием:

А — 3

Б — 1

В — 2

Г — 4

Вопрос 2. Соотнесите год с ключевым событием в истории событийного туризма Приморского края.

Установите соответствие между годом и значимым этапом развития событийных мероприятий в регионе:

А — 3

Б — 1

В — 4

Г — 2

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Хронология проведения крупных событийных мероприятий в Приморском крае в течение года.

Расположите перечисленные мероприятия в порядке их проведения в течение календарного года (от начала года к концу):

ответ: 1, 2, 3, 4 (с учётом естественного природного и календарного порядка событий в регионе).

Вопрос 2. Последовательность этапов организации гастрономического фестиваля в Приморском крае (на примере «О!Мега Вкус»).

Расположите в логической последовательности этапы подготовки и проведения гастрономического фестиваля, такого как «О!Мега Вкус» :

ответ: 2, 4, 1, 3.

(Пояснение: сначала идёт разработка концепции и меню, затем продвижение, после — проведение основного события, и наконец — анализ результатов.)

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Дайте определение понятию «гастрономический фестиваль» применительно к событийному туризму Приморского края.

Опираясь на примеры фестивалей «О!Мега Вкус» или фестиваля рододендрона, сформулируйте, что такое гастрономический фестиваль в контексте Приморья. Какую функцию он выполняет для развития туризма в регионе?

ответ (для проверки):

Гастрономический фестиваль в Приморском крае — это событийное мероприятие, в центре которого находится локальный продукт (минтай, морепродукты, сезонные растения), представленный через авторские блюда ресторанов, уличную еду, мастер-классы и дегустации. Как подчёркивают организаторы, такие фестивали выходят за рамки обычного кулинарного события и становятся «фестивалем впечатлений», где туристы знакомятся с регионом через вкус, атмосферу и эмоции. Основная функция — формирование бренда территории, увеличение турпотока.

Вопрос 2. Дайте определение понятию «событийный туризм» в контексте Приморского края.

Охарактеризуйте, какие специфические черты приобрёл событийный туризм в Приморском крае благодаря его географическому положению, природным и культурным особенностям.

ответ (для проверки):

Событийный туризм в Приморском крае — это направление туризма, основанное на посещении уникальных, ограниченных во времени мероприятий, которые используют природно-географические и культурные особенности региона. Ключевыми чертами являются:

Морская и гастрономическая направленность: большинство фестивалей связаны с морепродуктами и дальневосточной кухней, что делает регион привлекательным для гастротуристов.

Экологическая составляющая: события, такие как День тигра, служат не только развлечением, но и просветительской целью — привлечь внимание к сохранению уникальной природы и краснокнижных животных.

Деловой и конгрессный туризм: наличие Тихоокеанского туристского форума, который стал площадкой для обсуждения стратегий развития туризма в макрорегионе и привлечения инвестиций.

Влияние Азиатско-Тихоокеанского региона: близость к странам АТР формирует особый спрос и направления продвижения событийных туров.

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Какой этап технологии проектирования событийного мероприятия включает в себя определение целей, задач, формата и тематики будущего события, а также анализ потребностей целевой аудитории?

ответ: 2.

(Пояснение: на этапе инициации или концептуализации закладывается основа всего проекта: определяются его идея, цель, задачи и формат, а также проводится анализ ситуации и потребностей аудитории.)

Вопрос 2.

Что является ключевым содержанием этапа планирования в проектировании событийного мероприятия?

ответ: 3.

(Пояснение: этап планирования считается наиболее затратным по времени и включает детальную проработку всех ресурсных и организационных аспектов: бюджета, расписания, поиск партнёров, составление программы и оценку возможных рисков.)

Вопрос 3.

Какой этап технологии проектирования непосредственно связан с проведением мероприятия, управлением командами и корректировкой плана в реальном времени?

ответ: 3.

(Пояснение: этап реализации — это непосредственное выполнение всех запланированных ранее

действий. В его рамках осуществляется оперативный менеджмент, контроль за соблюдением календарного плана и гибкая корректировка действий в зависимости от ситуации .)

Вопрос 4.

Для чего предназначен критериально-оценочный блок в структуре организации событийного мероприятия?

ответ: 3.

(Пояснение: критериально-оценочный блок — это этап, на котором определяются показатели успешности мероприятия. Это может включать проведение опросов, анкетирований и интервьюирований для оценки влияния события на целевую аудиторию или регион .)

Вопрос 5.

Что подразумевается под «послепроектной деятельностью» в технологии событийного проектирования?

ответ: 2.

(Пояснение: послепроектная деятельность — это этап, на котором организаторы осмысливают приобретённый опыт и формируют прогнозы для будущих проектов, закладывая основу для развития и продолжения взаимодействия с участниками .)

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите этап технологии проектирования и его содержание.

Установите соответствие между названием этапа и основными действиями, выполняемыми на нём:

ответ:

А — 3

Б — 4

В — 1

Г — 2

Вопрос 2. Соотнесите элемент проектирования с его определением.

Установите соответствие между элементом технологии проектирования события и его значением:

ответ:

А — 3

Б — 1

В — 2

Г — 4

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Хронологическая последовательность этапов проектирования события.

Расположите основные этапы проектирования событийного мероприятия в правильной хронологической последовательности (от начала к завершению):

ответ: 1, 2, 3, 4.

Вопрос 2. Последовательность разработки сценария события.

Расположите в правильном порядке шаги по созданию сценария событийного мероприятия:

ответ: 1, 2, 3, 4.

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Определение понятия «технология проектирования событийного мероприятия».

Дайте определение понятию «технология проектирования событийного мероприятия». Какие ключевые элементы включает в себя этап планирования?

ответ (для проверки):

Технология проектирования событийного мероприятия — это целостная система организационных средств, операций, процедур, правил и стандартов, направленная на достижение цели по созданию и проведению уникального события. Эта технология включает несколько взаимосвязанных этапов: от инициации (определения концепции и целей) до завершения и рефлексии.

Вопрос 2. Определение понятия «концепция события» в рамках проектирования.

Дайте определение понятию «концепция события». Из каких элементов она состоит и почему её разработка является важнейшим этапом проектирования?

ответ (для проверки):

Концепция события — это основополагающий замысел, общая идея и смысловая направленность мероприятия, которая определяет его уникальность, формат и эмоциональную составляющую. Концепция включает в себя такие элементы, как: тему события, его цели и задачи, образ (атмосферу), которую необходимо создать, а также портрет целевой аудитории.

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите вид контроля с его характеристикой.

Установите соответствие между видом контроля и его временным положением относительно события:

ответ:

А — 2 (предварительный контроль закладывается до начала события)

Б — 3 (текущий контроль осуществляется во время события)

В — 1 (заключительный контроль подводит итоги, но не позволяет изменить прошедшее)

Г — 4 (исторический контроль анализирует прошлые события для будущего планирования)

Вопрос 2. Соотнесите теорию мотивации с её применением в событийном туризме.

Установите соответствие между теорией мотивации и её содержательной характеристикой применительно к событийному туризму:

ответ:

А — 1 (исследования подтверждают трёхуровневую структуру мотивации: когнитивные выгоды, психологическое удовлетворение, туристское желание)

Б — 2 (социальный обмен — наиболее часто применяемая теория в исследованиях поведения участников и местных жителей)

В — 3 (теория самодетерминации объясняет влияние автономной мотивации на восприятие места и удовлетворённость)

Г — 4 (двухфакторная теория помогает анализировать удовлетворённость и готовность к повторному участию)

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Последовательность этапов управления событийным проектом.

Расположите этапы жизненного цикла событийного проекта в правильной последовательности:

ответ: 2, 1, 3, 4.

(Пояснение: логика проектного цикла предполагает последовательное прохождение этапов: от зарождения идеи и концепции к детальному планированию, затем к реализации и, наконец, к оценке результатов.)

Вопрос 2. Последовательность применения методов контроля в событийном проекте.

Расположите виды контроля в порядке их применения на временной шкале события (от начала работы над проектом до завершения):

ответ: 3, 1, 4, 2.

(Пояснение: сначала на этапе планирования устанавливается предварительный контроль, затем в процессе реализации — текущий, по завершении проводится заключительный анализ, а

исторический контроль относится к уже завершённым событиям для использования опыта в будущем.)

Блок 4. Открытые вопросы на знание определений (2 вопроса)

Вопрос 1. Определение понятия «менеджмент событийного туризма».

Дайте определение понятию «менеджмент событийного туризма». Каковы его основные особенности, отличающие его от управления другими видами туризма?

ответ (для проверки):

Менеджмент событийного туризма — это специфическая область управления туристской деятельностью, направленная на планирование, организацию, координацию и контроль событийных мероприятий, а также на продвижение событийных туристских продуктов и управление туристскими потоками в период их проведения.

Ключевые особенности этого вида менеджмента включают:

Проектную природу: каждое мероприятие уникально и требует индивидуального подхода, ограниченного по времени и ресурсам.

Высокую степень неопределённости: необходимость управления рисками в условиях переменчивого спроса и форс-мажорных обстоятельств.

Комплексный характер: управление включает взаимодействие с множеством стейкхолдеров — от местных властей до волонтёров.

Роль государственного регулирования: значительная роль национальных туристических администраций в формировании событийного календаря и продвижении брендов территорий.

Вопрос 2. Определение понятия «мотивация в событийном туризме».

Дайте определение понятию «мотивация участника событийного мероприятия». Назовите основные группы мотивационных факторов.

ответ (для проверки):

Мотивация в событийном туризме — это совокупность внутренних и внешних побудительных причин, определяющих выбор туристом конкретного события в качестве цели путешествия и формирующих его поведение до, во время и после участия в мероприятии.

Современные исследования выделяют четыре основные группы мотивационных факторов:

Привлекательность региона: климат, доступность, инфраструктура, имидж места проведения.

Привлекательность самого события: уникальность, эмоциональная насыщенность, масштаб, репутация фестиваля.

Туристские мотивы: желание отдохнуть от рутины, сменить обстановку, расслабиться, получить новые впечатления.

Социально-развлекательные мотивы: возможность провести время с друзьями, повеселиться, ощутить принадлежность к сообществу.

Дополнительно выделяют мотивы, связанные с когнитивными выгодами (получение новых знаний) и психологическим удовлетворением.

Тема 6. Маркетинг событийного туризма

Блок 1. Вопросы с одним вариантом выбора (5 вопросов)

Вопрос 1.

Что является основой событийного маркетинга как инструмента продвижения согласно концепции «экономики впечатлений»?

ответ: 2.

(Пояснение: концепция «экономики впечатлений» Пайна и Гилмора утверждает, что потребитель ценит не только продукт, но и эмоции, сопровождающие его потребление. События становятся инструментом создания запоминающегося опыта, который усиливает лояльность к бренду.)

Вопрос 2.

Какая задача рекламного продвижения события заключается в привлечении внимания потенциальных участников к проводимым мероприятиям?

ответ: 3.

(Пояснение: в рамках информационно-коммуникационного сопровождения специальных событий ивент-менеджмент решает три задачи: аттрактивную (привлечь внимание), доверительно-имиджевую (вызвать положительное отношение) и аргументационно-гарантийную (убедить в необходимости посещения) .)

Вопрос 3.

Какой канал продвижения крупных мероприятий, по мнению экспертов рынка, занимает 40–50% рекламного бюджета?

ответ: 2.

(Пояснение: эксперты отмечают, что в рамках маркетинг-микса крупного события на социальные сети и диджитал-каналы (SMM, таргетированная реклама, работа с блогерами) выделяют 40–50% бюджета. Это один из самых эффективных каналов продвижения .)

Вопрос 4.

Что из перечисленного относится к ключевым проблемам организации событийных мероприятий, выделяемым экспертами индустрии?

ответ: 2.

(Пояснение: эксперты event-индустрии называют одной из ключевых проблем нехватку квалифицированных кадров: театральных продюсеров, звуковиков, светорежиссёров. Также остро стоит вопрос с площадками, способными вместить большое количество зрителей .)

Вопрос 5.

Какую роль выполняют события в обеспечении конкурентоспособности территорий?

ответ: 2.

(Пояснение: события выполняют стратегическую функцию, являясь инструментом социального и экономического развития территорий. Они создают инфоповоды для медиа, что продлевает эффект продвижения и работает долгосрочно после завершения события .)

Блок 2. Вопросы на соотношение (2 вопроса)

Вопрос 1. Соотнесите задачу рекламного продвижения события с её содержанием.

Установите соответствие между задачей рекламного продвижения и её характеристикой :

Ответ

А — 3

Б — 1

В — 2

Вопрос 2. Соотнесите тип мероприятия с преобладающими каналами его продвижения.

Установите соответствие между форматом события и рекомендуемыми инструментами рекламы :

ответ:

А — 2

Б — 1

В — 4

Г — 3

Блок 3. Вопросы на последовательность (2 вопроса)

Вопрос 1. Последовательность этапов процесса рекламной коммуникации в рамках сопровождения специального события.

Расположите этапы процесса рекламной коммуникации в правильной последовательности:

ответ: 2, 4, 5, 1, 3.

Вопрос 2. Последовательность этапов PR-кампании по продвижению события.

Расположите этапы PR-кампании в логической последовательности:

ответ: 2, 3, 4, 1.

6. Ответы на вопросы к промежуточной аттестации

БЛОК 1. ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Вопрос 1.

Дайте определение понятию «событийный туризм». Перечислите его специфические признаки и обоснуйте, почему событие является основным мотивирующим фактором в данном виде туризма.

ответ:

Событийный туризм — это вид туризма, при котором поездка планируется с целью посещения какого-либо конкретного события (мероприятия), имеющего ярко выраженный временной характер и уникальную атмосферу (фестиваль, карнавал, спортивные соревнования, концерт, выставка, национальный праздник). Главным мотиватором является не созерцание достопримечательностей, а непосредственное участие в событии или присутствие на нем как зрителе, а также получение ярких эмоций и впечатлений, ограниченных временными рамками мероприятия.

Специфические признаки (привязанность к событию, временные рамки, целевая направленность, мобильность туристов, минимальная забота об организации).

Обоснование: событие определяет маркетинговые планы, работу всех компонентов туристской инфраструктуры и является главной целью поездки.

Вопрос 2.

Опишите функции событийного туризма. Раскройте каждую из них с примерами.

ответ:

Культурно-познавательная (знакомство с традициями, историей, культурой места).

Развлекательная (удовлетворение досуговых потребностей).

Коммуникативная (социальное общение, установление новых контактов).

Воспитательная (формирование ценностных ориентиров).

Интеграционная (сплочение людей, объединение вокруг общих интересов).

Функции по обеспечению занятости населения (временные и постоянные рабочие места).

Функции организаторов (планирование, координация, продвижение).

Вопрос 3.

В чем заключается значимость событийного туризма для развития региона? Перечислите основные эффекты и приведите примеры из российской практики.

ответ:

Экономический эффект (рост доходов, налогов, инвестиций, мультипликативный эффект).

Развитие инфраструктуры (модернизация сервисной, транспортной, коммуникационной среды).

Социальный эффект (интеграция слоев населения, локальный патриотизм).

Имиджевый эффект (узнаваемость территории, бренд).

Культурный эффект (сохранение традиций, раскрытие идентичности).

Примеры: Свердловская область (600 мероприятий в год, 1,5 млн туристов), региональные гастрономические и спортивные фестивали.

Вопрос 4.

Раскройте взаимосвязь понятий «событийный туризм» и «событийный менеджмент». В чем различие между ними?

ответ:

Событийный туризм — вид туристской деятельности (потребление).

Событийный менеджмент — инструмент организации (производство).

Взаимосвязь: событийный менеджмент обеспечивает функционирование событийного туризма.

Технологическая основа: превращение обычного мероприятия в туристски привлекательное событие.

Вопрос 5.

Сравните понятия «мероприятие», «событие» и «специальное событие». Что такое «ивент» и в чем его ключевая характеристика?

ответ:

Мероприятие — любое специально организованное действие для удовлетворения потребностей людей.

Событие (ивент) — запланированное явление, происходящее в определенное время с определенной целью, имеющее общественный резонанс.

Специальное событие — уникальное событие, связанное с особым поводом (юбилей, премьера, праздник).

Ключевая характеристика ивента: намеренно организованное, проводится по определенному поводу.

БЛОК 2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОБЫТИЙНОГО МЕРЕПРИЯТИЯ

Вопрос 6.

Опишите этапы проектирования событийного мероприятия. Раскройте содержание каждого этапа.

ответ:

Разработка концепции — выбор темы, идеи, формата, целевой аудитории, целей и задач.

Планирование бюджета — расчет затрат на подготовку, организацию, продвижение.

Разработка сценария — создание структуры события, тайминга, программного наполнения.

Формирование команды — подбор персонала, волонтеров, партнеров.

Логистика и подготовка площадки — выбор места, техническое оснащение, безопасность.

Продвижение и PR — информационное сопровождение, реклама, работа со СМИ.

Реализация (проведение события) — координация, управление в реальном времени.

Пост-событийный этап — сбор обратной связи, анализ эффективности, формирование отчетности.

Вопрос 7.

Какие критерии используются для оценки успешности событийного мероприятия? Предложите систему показателей.

ответ:

Количественные показатели (число участников, туристов, объем привлеченных инвестиций, выручка).

Качественные показатели (уровень удовлетворенности участников, узнаваемость территории,

лояльность аудитории).

Показатели освещения в СМИ и соцсетях (количество публикаций, охваты, упоминания бренда).

Экономические показатели (ROMI, мультипликативный эффект, бюджетная эффективность).

Социальные показатели (вовлеченность местного населения, рост патриотизма).

Вопрос 8.

Опишите процедуру составления бюджета событийного мероприятия. Какие статьи расходов и доходов необходимо предусмотреть?

ответ:

Доходы:

Бюджетное финансирование (гранты, субсидии)

Спонсорские и партнерские взносы

Продажа билетов

Продажа сувениров и услуг на площадке

Платные дополнительные услуги (экскурсии, мастер-классы)

Расходы:

Аренда и оборудование площадки

Оплата персонала (артисты, ведущие, волонтеры)

Транспорт и логистика

Продвижение и реклама

Страхование и безопасность

Оформление площадки (декор, свет, звук)

Непредвиденные расходы (резерв, 10–15% бюджета)

Вопрос 9.

Опишите этап продвижения событийного мероприятия. Какие каналы и инструменты коммуникации используются?

ответ:

Информирование (создание сайта, афиши, пресс-релизы, работа со СМИ).

Вовлечение (социальные сети, интерактивы, конкурсы, тизеры).

Привлечение (таргетированная реклама, партнерские программы, блогеры).

Сопровождение (рассылки, обновления, напоминания).

Пост-событийная коммуникация (отзывы, фото, видео, отчеты).

Вопрос 10.

Какие требования предъявляются к созданию «комфортной среды» для участников событийного мероприятия? Раскройте логистический аспект.

ответ:

Требования к средствам размещения (гостиницы, hostels, кемпинги).

Транспортная доступность (подъездные пути, парковки, трансферы).

Предприятия общественного питания (разнообразие, доступность, качество).

Санитарно-гигиенические условия (туалеты, питьевая вода, медпункты).

Информационная поддержка (навигация, стойки информации, мобильное приложение).

Безопасность (охрана, пожарная безопасность, страхование).

БЛОК 3. МАРКЕТИНГ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Вопрос 11.

Опишите особенности маркетинга событийного туризма. В чем отличие от маркетинга других видов туризма?

ответ:

Особенности событийного туристского продукта (неосвязаемость, ограниченность во времени, комплексность).

Эмоциональная составляющая маркетинга: продажа впечатлений и эмоций.

Роль PR и коммуникаций в продвижении события.

Управление каналами сбыта (прямые продажи, партнерство с агентствами, онлайн-платформы).

Акцент на формировании имиджа дестинации через событие.

Использование цифровых инструментов (соцсети, таргетинг, ретаргетинг).

Вопрос 12.

Раскройте роль PR-коммуникаций в событийном туризме. Какие инструменты PR наиболее эффективны для продвижения событий?

ответ:

Формирование позитивного имиджа территории через событие.

Создание информационного повода для СМИ.

Инструменты PR: пресс-релизы, пресс-конференции, медиа-туры, блог-туры.

Работа с влиятельными лицами (лидеры мнений, блогеры, эксперты).

Управление репутацией и кризисные коммуникации.

Создание контента (видео, фото, статьи) для дальнейшего использования.

Вопрос 13.

Опишите «пирамиду событийного туризма» Д. Гетца. Как она помогает в маркетинговом планировании?

ответ:

Уровни пирамиды (мега-события, региональные события, местные события).

Мега-события (Олимпиады, чемпионаты мира) — редкие, высокий спрос, глобальное продвижение.

Региональные события (периодические и однократные) — средний масштаб, важны для региона.

Местные события (малые, регулярные) — низкий спрос, но устойчивый турпоток.

Маркетинговые выводы: регулярные мероприятия более устойчивы; чемпионаты создают пиковый спрос, но не гарантируют повторные визиты; необходима комплексная стратегия.

Вопрос 14.

Разработайте алгоритм маркетингового продвижения нового событийного мероприятия.

ответ:

Определение целей мероприятия и целевой аудитории.

Формирование уникального торгового предложения (УТП) события.

Создание бренда события (название, логотип, айдентика).

Выбор каналов коммуникации (в зависимости от ЦА).

Разработка контент-плана и креативных материалов.

Запуск кампании (анонс, тизеры, основной этап, пост-этап).

Вовлечение партнеров и спонсоров.

Анализ эффективности и корректировка плана.

Вопрос 15.

Как событийный туризм влияет на формирование бренда территории? Приведите примеры из практики.

ответ:

Роль событий в создании ассоциативного ряда (Олимпиада в Сочи — международный уровень; фестивали в Карелии — этнический туризм).

Событийный туризм как инструмент дифференциации территории от конкурентов.

Примеры: Свердловская область (имидж события), фестиваль «Вкусная Карелия»

(гастрономический бренд), «Белое море» (экстремальный спорт).
Эффект узнаваемости в СМИ и соцсетях.

Вопрос 16.

Какие требования предъявляются к инфраструктуре принимающей территории при организации крупных событийных мероприятий?

ответ:

Транспортная инфраструктура (аэропорты, ж/д вокзалы, дороги, парковки).

Средства размещения (гостиницы, гостевые дома, кемпинги) и их готовность к пиковым нагрузкам.

Предприятия питания и торговли.

Инженерная инфраструктура (электроснабжение, водоснабжение, связь).

Медицинская и спасательная службы.

Безопасность (охрана, системы контроля, страхование).

Вопрос 17.

Обоснуйте высказывание: «Событийный туризм — не просто вид туризма, а ресурс формирования региональной идентичности».

ответ:

Событие как проявление культурной идентичности территории.

Вовлечение местного населения в событие (рост патриотизма, гордости).

Примеры этнических и религиозных событий в регионах (Сабантуй, Байкальский ледовый фестиваль).

Экономические и социальные выгоды для местных жителей.

Долгосрочный эффект: формирование единого культурного пространства.

Вопрос 18.

Почему событийный туризм называют одним из самых эффективных инструментов развития туризма в регионах? Раскройте причины и факторы.

ответ:

Привлекает туристов в несезон (сглаживает сезонность).

Создает устойчивые ассоциации с территорией (бренд).

Прост в продвижении (информационный повод).

Создает мультипликативный экономический эффект.

Привлекает инвестиции в инфраструктуру.

Повышает занятость населения.

Вопрос 19.

Опишите этап управления коммуникациями во время проведения событийного мероприятия. Какие вызовы возникают и как их решать?

ответ:

Информирование участников в реальном времени (расписание, изменения, ЧС).

Коммуникация в соцсетях и мессенджерах.

Управление ожиданиями участников.

Кризисные коммуникации (ЧП, погодные условия, технические сбои).

Создание обратной связи с аудиторией (мониторинг отзывов, оперативное реагирование).

Взаимодействие с партнерами и СМИ.

Вопрос 20.

В чем заключается долгосрочный эффект от проведения событийного мероприятия? Как его измерить?

ответ:

Измеримые эффекты (количество туристов в пост-событийный период, рост налогов, увеличение инвестиций).

Неизмеримые эффекты (узнаваемость бренда, социальные изменения).

Анализ в динамике: сравнение показателей «до» и «после» события.

Примеры: Олимпиада в Сочи, фестиваль «Айда в Карелию».