

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленский государственный институт искусств»


Кафедра: гуманитарных и социально-экономических наук

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«29» мая 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

 / Ю.В. Иванова

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**Экономика впечатлений и событийный туризм**

по направлению подготовки: **51.04.03 «Социально-культурная  
деятельность»**

направленность (профиль): **Управление креативными индустриями**

форма обучения: **заочная**

квалификация: **магистр**

Смоленск 2025

**Паспорт  
фонда оценочных средств  
по дисциплине Экономика впечатлений и событийный туризм**

**1. Модели контролируемых компетенций:**

ПК-2. Способен к обеспечению процесса реализации государственной культурной политики и формированию систем экономики, менеджмента и маркетинга креативных индустрий

**- требования к результатам освоения дисциплины:**

Знать:

- сущность, понятие и особенности экономики впечатлений туристической индустрии, ее элементов и структур;
- общие закономерности формирования концепции инновационных проектов, эмоциональных рынков;
- национальные особенности различных сегментов потребительского рынка при проведении инновационных проектов заявленного профиля.

Уметь:

- уметь применять методы анализа из сферы психологического знания (эмоции, впечатление, восприятие) к разработке и поиску решений в деятельности предприятий туристической индустрии;
- уметь оценивать инновационно-технологические риски, влияющие на них эмоциональных факторов;
- применять приобретенные знания и навыки из области новых информационных технологий в своей профессиональной деятельности при решении общих и прикладных задач.

Владеть: • аудиторией, вне зависимости от половозрастной структуры и национальности; • технологией подготовки инновационных проектов; • навыками грамотного коммуникативного общения с потребителями проектов.

**2. Программа оценивания контролируемой компетенции:**

№ п/п	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1. Экономика впечатлений	ПК - 2	
2	Раздел 2. Событийный туризм	ПК - 2	
			<b>Зачет</b>

**Вопросы к зачету**  
**по дисциплине: Экономика впечатлений и событийный туризм**  
**(4 семестр)**

1. Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений.
2. Современное общество потребления: социокультурный анализ.
3. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде).
4. Системы и фрагменты потребительского поведения.
5. Символы и смыслы экономики впечатлений.
6. Особенности символического потребления.
7. Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры. Плюрализм стилей жизни.
8. Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений.
9. Характерные черты экономики ощущений.
10. Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общества переживаний, экономика желаний, экономика развлечений).
11. Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций.

**Примерный перечень вопросов:**  
**(5 семестр)**

1. Понятие событийного туризма
2. История событий и событийного туризма
3. Отличительные черты и особенности событийного туризма
4. Основные цели событийного туризма
5. Основные направления событийного туризма
6. Принципы классификации событийного туризма
7. Специфика мероприятий в событийном туризме.
8. Проблемы и перспективы развития событийного туризма
9. Факторы развития событийного туризма
10. Традиции, обряды, события региона как основа для развития событийного туризма.
11. Характеристика события, оказавших значительное влияние на развитие событийного туризма.
12. Международный календарь событийного туризма
13. Российский календарь событийного туризма
14. Событие как объект привлечения туристов
15. Концепция мероприятия в событийном туризме
16. Создание бренда события: основные этапы
17. Известные бренды событий в России и мире
18. Организационные аспекты, сопутствующие эффективности организации событийного туризма.

**Критерии оценки:**

<b>ОЦЕНКА</b>	<b>ТРЕБОВАНИЯ</b>
<b>ЗАЧТЕНО</b>	Выставляется если студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно

	применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.
<b>НЕЗАЧТЕНО</b>	Выставляется если студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Зачет может проводится как в устной, так и в письменной форме на усмотрение преподавателя.

**Комплект заданий для тестов**  
по дисциплине **Экономика впечатлений и событийный туризм**

**Вопросы итогового теста по компетенциям**

ПК-2. Способен к обеспечению процесса реализации государственной культурной политики и формированию систем экономики, менеджмента и маркетинга креативных индустрий

№	Вопрос	Варианты ответов (если есть)	Правильный ответ
1	Кто ввел термин " <b>экономика впечатлений</b> "?	а) Филип Котлер; б) Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор; в) Жан Бодрийяр; г) Дэниел Канеман	<b>б) Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор</b>
2	Какие <b>основные компоненты</b> экономики впечатлений?	а) Эмоции; б) Цена; в) Вовлеченность; г) Упаковка	<b>а) Эмоции, в) Вовлеченность</b>
3	Назовите <b>3 ключевых принципа</b> экономики впечатлений.	—	<b>(Пример: Персонализация, интерактивность, эмоциональная вовлеченность)</b>
4	Какой <b>тип атмосферы</b> подходит для спа-салона?	а) Возбуждающая; б) Успокаивающая; в) Агрессивная; г) Впечатляющая	<b>б) Успокаивающая</b>
5	Какие <b>чувства</b> чаще всего задействует сенсорный маркетинг?	а) Зрение; б) Слух; в) Обоняние; г) Вкус	<b>а, б, в, г (все)</b>
6	Что такое " <b>сторителлинг</b> " в экономике впечатлений?	—	<b>(Пример: Использование историй для вовлечения клиента)</b>
7	Какой <b>нейромедиатор</b> связан с удовольствием от впечатлений?	а) Серотонин; б) Дофамин; в) Кортизол; г) Адреналин	<b>б) Дофамин</b>
8	Какие <b>форматы</b> относятся к экономике впечатлений?	а) Тематические парки; б) Супермаркеты; в) Мастер-классы; г) Автосервисы	<b>а) Тематические парки, в) Мастер-классы</b>

№	Вопрос	Варианты ответов (если есть)	Правильный ответ
9	Почему <b>персонализация</b> важна в экономике впечатлений?	—	(Пример: Усиливает эмоциональную связь с клиентом)
10	Как называется <b>экономика, основанная на эмоциях</b> ?	а) Шеринговая; б) Впечатлений; в) Традиционная; г) Цифровая	<b>б) Впечатлений</b>
11	Какие <b>элементы</b> создают "атмосферу впечатлений"?	а) Музыка; б) Освещение; в) Цены; г) Запахи	<b>а, б, г</b>
12	Как <b>архитектура</b> влияет на экономику впечатлений?	—	(Пример: Создает уникальное пространство для эмоций)
13	Что измеряет <b>NPS (Net Promoter Score)</b> ?	а) Прибыль; б) Лояльность клиентов; в) Себестоимость; г) Конверсию	<b>б) Лояльность клиентов</b>
14	Какие <b>бренды</b> используют экономику впечатлений?	а) Disney; б) IKEA; в) McDonald's; г) Tesla	<b>а) Disney, б) IKEA</b>
15	В чем разница между <b>услугой</b> и <b>впечатлением</b> ?	—	(Пример: Услуга решает проблему, впечатление создает эмоции)
16	Какой <b>инструмент</b> используют для "режиссуры впечатлений"?	а) SWOT-анализ; б) Сценарий взаимодействия; в) PEST-анализ; г) Бюджетирование	<b>б) Сценарий взаимодействия</b>
17	Какие <b>тренды</b> развивают экономику впечатлений?	а) VR/AR; б) Искусственный интеллект; в) Кэшбэки; г) Геймификация	<b>а, б, г</b>
18	Как <b>соцсети</b> связаны с экономикой впечатлений?	—	(Пример: Клиенты делятся эмоциями, создавая viral-эффект)

№	Вопрос	Варианты ответов (если есть)	Правильный ответ
19	Что такое "тематический брендинг"?	а) Логотип компании; б) Создание истории вокруг бренда; в) Цветовая гамма; г) Упаковка товара	<b>б) Создание истории вокруг бренда</b>
20	Какие этапы включает потребительский опыт?	а) Ожидание; б) Воспоминание; в) Оплата; г) Вовлечение	<b>а, б, г</b>

**(5 семестр)**

ПК-2. Способен к обеспечению процесса реализации государственной культурной политики и формированию систем экономики, менеджмента и маркетинга креативных индустрий

№ п/п	Вопрос (полностью, как в тесте ОМ)	Варианты ответов	Правильный ответ	
1	<b>Выберите правильный ответ.</b> Значимость мероприятий событийного туризма связано с	а) возрождением культурных традиций б) возрождение народных ремесел, в) активизация деятельности туристических объектов г) все ответы верны	все ответы верны	
2	<b>Ответьте на вопрос.</b> Можно ли отнести крупные культурные события и спортивные соревнования к сфере событийного туризма	Да нет	<b>Да</b>	
3	<b>Ответьте на вопрос.</b> Как можно классифицировать мероприятия событийного туризма по частоте событий		Однократные локальные Многократные локальные Периодические масштабные Ежегодные продолжительные	
4	Продолжите фразу. Событийный туризм — это _____		вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям.	
5	<b>Ответьте на вопрос.</b> Верно ли что региональные традиции и обряды могут стаб основой для событийного туризма	Верно Не верно	Верно	
6	<b>Выберите правильный ответ.</b>	1. Рекламные	7. Все ответы верны	

	К видам событийного туризма относятся:	мероприятия. 2. Информационные мероприятия. 3. Познавательные. 4. События для усиления социальных отношений. 5. Мероприятия для налаживания внутренних или внешних отношений. 6. Деловые встречи. 7. Все ответы верны		
7 ...	<b>Продолжите фразу.</b> Для продвижения туристической территории необходимо наличие событийного мероприятия и туристической привлекательности	Да нет	Да	
8	<b>Выберите правильный ответ.</b> Принципы классификации событийного туризма	а. по национальному менталитету б. по масштабу связей в. по целям г. функциональной направленности д. культурному сотворчеству	б. по масштабу связей в. по целям г. функциональной направленности	
9	<b>Ответьте на вопрос.</b> Какие события могут относиться к событийному туризму		События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д	
1 0	<b>Ответьте на вопрос.</b> Верно ли, что деловые встречи можно считать мероприятиями событийного туризма	Верно Неверно	Верно	
1 1	<b>Ответьте на вопрос.</b> Верно ли, что гастрономические фестивали НЕ являются мероприятием событийного туризма	Верно верно Не	Не верно	
1 2.	<b>Ответьте на вопрос.</b> Верно ли, что мероприятия для налаживания внутренних или внешних отношений можно отнести к событийному туризму	Верно верно Не	Верно	
1 3	<b>Ответьте на вопрос.</b> К Какому фактору развития событийного туризма относится наличие средств размещения, питания, транспортная инфраструктура ?		Материально-технические фактры.	



1 4	<b>Выберите правильный ответ.</b> Факторами развития событийного туризма в конкретном регионе являются	1. Культурно-исторические; 2. Неправительственные организации 3. Политическая ситуация 4. Инфраструктура 5. Профессиональные организации 6. Экономические факторы	1. Культурно-исторические; 3. Политическая ситуация 4. Инфраструктура 6. Экономические факторы	7.
1 5.	<b>Дайте ответ на вопрос.</b> Достаточно ли событийного мероприятия для продвижения туристической территории	Да                      Нет	Нет	
1 6	<b>Ответьте на вопрос</b> Перечислите факторы сдерживающие развитие событийного туризма в регионах.		Нехватка квалифицированных специалистов в области туризма, слабая локальная поддержка организаторов событийных мероприятий местными управленческими структурами и СМИ, недостаточное развитие инфраструктуры	
1 7	<b>Дайте ответ на вопрос.</b> Какой принцип лежит в основе классификации мероприятий событийного туризма		Цель мероприятий.;	
1 8	<b>Продолжите фразу</b> Особенностями организации событийного туризма являются ... _____		Ранее планирование и активное использование события для привлечения туристов	
1 9	<b>Выберите правильный ответ</b> К мировым тенденциям развития событийного туризма считается:	1. растущий интерес к экспериментальным путешествиям 2. внимание к изучению новых культур 3. увеличение масштабов мероприятий 4. рост делового событийного туризма организационно-экономические программы	1. растущий интерес к экспериментальным путешествиям 2. внимание к изучению новых культур 4. рост делового событийного туризма	5.

20	<p><b>Продолжите фразу.</b></p> <p>К факторам влияющими на эффективность событийного туризма и продвижении туристских территорий можно отнести: _____</p>		<p>опыт организации и проведения значимых мероприятий; заинтересованность местных органов власти; уровень материально-технической базы территории; информационная поддержка мероприятия; рекреационные возможности</p>	
----	---	--	--	--

Критерии оценивания теста:

- «2» - менее 50%
- «3» - 50% - 65%,
- «4» - 65% - 85%
- «5» - 85% - 100%