|  |  |
| --- | --- |
| **Разработано экспертным сообществом компетенции «ТУРИЗМ»**20\_\_\_ год | УТВЕРЖДЕНОМенеджер компетенции «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ФИО «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ год |

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ( ИТОГИ ГОДА)

«Туризм»( СПО)

20\_\_\_ г.

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в котором установлены нижеследующие правила и необходимые требования владения профессиональными навыками для участия в соревнованиях по профессиональному мастерству.

**Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:**

[1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ 2](#_Toc124422965)

[1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ 2](#_Toc124422966)

[1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «Туризм» 2](#_Toc124422967)

[1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 4](#_Toc124422968)

[1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 4](#_Toc124422969)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 7](#_Toc124422970)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 8](#_Toc124422971)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 8](#_Toc124422972)

[3. Приложения 8](#_Toc124422973)

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ

Требования компетенции (ТК) «Туризм» определяют знания, умения, навыки и трудовые функции, которые лежат в основе наиболее актуальных требований работодателей отрасли.

Целью соревнований по компетенции является демонстрация лучших практик и высокого уровня выполнения работы по соответствующей рабочей специальности или профессии.

Требования компетенции являются руководством для подготовки конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов в сфере туризма и участия их в конкурсах профессионального мастерства.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний, умений, навыков и трудовых функций осуществляется посредством оценки выполнения практической работы.

Требования компетенции разделены на четкие разделы с номерами и заголовками, каждому разделу назначен процент относительной важности, сумма которых составляет 100.

## 1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ТУРИЗМ»

*Таблица №1*

**Перечень профессиональных задач специалиста**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Раздел** | **Важность в %** |
| 1 | **Коммуникация и публичные выступления** | 24% |
|  - Специалист должен знать и понимать: Специалисту необходимо знать и понимать:- средства и методы вербального и невербального общения; - методические приемы показа и рассказа; - техники публичных выступлений, рассказа, ответов на вопросы;- основы взаимодействия в команде, обеспечения ее сплоченности; - методы эффективного общения с коллегами;- функции, виды и структуру общения; - правила и нормы ведения деловых переговоров;- правила и нормы ведения деловой переписки; - основы межкультурной коммуникации; - основы языковой коммуникации; - иностранный язык, английский, средний уровень; - правила публичной презентации и самопрезентации; - основы клиенто-ориентированного взаимодействия; - правила и нормы работы с возражениями.-принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг |  |
|  Специалисту необходимо уметь:- ориентироваться в различных ситуациях общения; - соотносить средства вербального и невербального общения в процессе коммуникации; - применять индивидуальные коммуникационные навыки при решении совместных задач; - оценивать результаты совместного общения;- согласовывать свои действия, мнения, установки с потребностями собеседников; - осуществлять внутренне и внешние профессиональные коммуникации; - проводить деловые переговоры с Заказчиком; - вести деловую переписку; - строить сеть контактов с людьми; - презентовать себя и свои идеи- взаимодействовать с поставщиками туристских услуг-выявлять и определять потребности Заказчика  |  |
| 2 |  **Творчество и качество турпродукта** | 16% |
| Специалисту необходимо знать и понимать:- компоненты творческого мышления;- методы и принципы развития творческого мышления; - логические законы и правила; - законы эмпатии; - эмоциональный интеллект; - основы экологического мышления; - основы рефлексии-показатели качества турпродукта-методы измерения показателей качества турпродукта |  |
| Специалисту необходимо уметь:- находить уникальные и креативные решения;- генерировать креативные совместные идеи в процессе разработки турпродукта;- осуществлять подбор уникальных туристских услуг в составе туристского продукта;- создавать принципиально новые идеи, отклоняющиеся от традиционных или принятых схем мышления; - критично и взвешенно подходить к переработке и потреблению информации; - применять логические законы и правила (закон тождества, противоречия и достаточного основания) в организации работы и презентации результатов работы; - умение вовремя и с максимальной пользой удовлетворять потребности и желания туристской аудитории; - осознанно относиться к происходящим событиям без вреда для себя и окружающих; - создавать оригинальные и современно оформленные электронные презентации- собирать и структурировать в презентациях весь необходимый массив информации |  |
| 3 |  **Менеджмент и аналитика** | 8% |
| Специалисту необходимо знать и понимать:- основы стратегического планирования;- ключевые показатели статистики туризма; - основные формы статистической отчетности; - инструменты статистического анализа;- основы и принципы планирования; - виды и методы планирования; - этапы и методы приятия решений.- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;-методы изучения и анализа запросов потребителей;- основы разработки и принятия управленческих решений |  |
|  Специалисту необходимо уметь:- осуществлять обработку статистических данных; - проводить исследование рынка туристских услуг; - анализировать рынок туристских услуг на основе информации, полученной из различных источников; - планировать результаты профессиональной деятельности; - самостоятельно, осознанно анализировать свои поступки, поведение, деятельность.- систематизировать и анализировать проведенные маркетинговые исследования-анализировать и оценивать эффективность проведенной рекламной кампании;-формировать комплексную стратегию продвижения туристского продукта или объекта туристской индустрии - выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации- анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам;- обосновывать принимаемые управленческие решения, подкреплять их расчетами и результатами анализа деятельности предприятий туристской индустрии-выбирать и применять оптимальные инструменты управления в профессиональной деятельности- понимать эмоции, мотивацию, намерения свои и других людей и управлять этим |  |
| 4 | **Документация, прикладные и профессиональными программы** | 24,50% |
| Специалисту необходимо знать и понимать:- основы документооборота туристских организаций;-основные формы статистической отчетности;- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;- правила и порядок оформления туристской документации - правила и особенности оформления визовых документов;- особенности оформления документов туристов для получения паспортов;- порядок и правила заполнения договора о реализации туристского продукта;- правила оформления коммерческого предложения;- знать регламенты, стандарты, и нормативно-техническую документацию, применяемую в работе туристских организаций;- базовые профессиональные программы; - особенности работы с прикладными офисными программами - информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию; - особенности работы с профессиональными системами бронирования и резервирования; - методы и способы поиска информации на официальных сайтах туристских организаций.- правила оформления документов при взаимодействии с консульскими и государственными учреждениями и страховыми компаниями-требования российского законодательства в сфере туризма-нормативно-правовое обеспечение формирования туристских услуг и туристского продукта |  |
| Специалисту необходимо уметь:- заполнять договор о реализации туристского продукта;- заполнять визовые документы в соответствии с действующими нормами и правилами; - использовать современные информационно-коммуникационные технологии при подготовке документов;- применять и использовать регламенты; стандарты и нормативно-техническую документацию, применяемую в работе туристских организаций; - оформлять технологическую документацию. в том числе для сертификации турпродукта;- оформлять и обрабатывать возражения и претензии к качеству туристского продукта или туристской услуги;- работать с прикладными офисными программами - работать со специализированными туристскими информационными системами; - осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на сайтах-агрегаторах туристских продуктов и услуг;- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на официальных сайтах туроператорских организаций; - работать со специализированными системами бронирования туров туристских организаций.- оформлять необходимый комплект документов при реализации туристского продукта; - работать с GDS и ADS системами-составлять карты-схемы туристских маршрутов-методы использования информационных технологий в продвижении туристских услуг и продуктов |  |
| 5 | **Технологии разработки и формирования туристских продуктов** | 16,5% |
| Специалисту необходимо знать и понимать:-методику работы со справочными и информационными материалами по регионоведению, страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; -основные правила и методику формирования туристских продуктов; -методики расчета стоимости основных и дополнительных услуг в составе туристских продуктов;  -особенности обеспечения безопасности в сфере туризма;-особенности и характеристики туристских ресурсов и инфраструктуры регионов; -визовые, таможенные, страховые формальности;-основы ценообразования в туристской деятельности; - особенности и правила предоставлении транспортных услуг - особенности и правила предоставления услуг предприятиями питания;- особенности и правила предоставления экскурсионных услуг - особенности и правила предоставления услуг по размещению туристов;- особенности формирования туристских продуктов и услуг для отдельных категорий граждан |  |
| Специалисту необходимо уметь: -подбирать оптимальный набор туристских услуг в составе туристского продукта в соответствии с требованиями Заказчика; -проводить маркетинг существующих предложений от действующих туроператоров; -оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт; -рассчитывать сроки, продолжительность, сезонность туристских маршрутов; -составлять карты-схемы туристских маршрутов; -взаимодействовать с поставщиками туристских услуг; -рассчитывать себестоимость и стоимость вновь сформированного туристского продукта или услуг;-формировать туристские продукты с учетом фактора сезонности; -применять методы и принципы ценообразования при формировании туристского продукта;-осуществлять подбор и бронирование транспортных услуг в соответствии с требованиями Заказчика; -осуществлять подбор и бронирование средств размещения и условий проживания в соответствии с требованиями Заказчика;-осуществлять подбор и бронирование услуг по организации питания в соответствии с требованиями Заказчика-осуществлять подбор и бронирование экскурсионных услуг в соответствии с требованиями Заказчика-осуществлять подбор и бронирование дополнительных услуг в соответствии с требованиями Заказчика-использовать и применять правила и нормы обеспечения безопасности в профессиональной деятельности и в организации отдыха туризма-применять и обеспечить соответствие ГОСТов при формировании туристского продукта |  |
| 6 | **Технологии продвижения и реализации туристских продуктов** | 11% |
| Специалисту необходимо знать и понимать: - стратегии продвижения туристских продуктов и услуг; - инструменты продвижения туристских продуктов и услуг; - методы использования информационных технологий в продвижении туристского продукта; - основы рекламы; - SMM инструменты продвижения туристских продуктов; - технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;- особенности и способы участия в выставках туристской направленности; - основы медиапланирования;-виды поисковых запросов пользователей в поисковых системах интернета- принципы функционирования современных социальных медиа- особенности использования SEO при продвижении туристских продуктов; - особенности формирования и стимулирования каналов сбыта;- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии; - особенности и правила формирования сбытовой сети в туризме. |  |
| Специалисту необходимо уметь:- Определять ключевые цели рекламной кампании- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей рекламной кампании- использовать современную систему оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта;- проводить маркетинговые исследования; - разрабатывать концепции продвижения туристского продукта с использованием современных технологий; - выбирать и применять оптимальные технологии продаж и контроля качества услуг в туристской деятельности;- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов; - реализовывать целостную стратегию привлечения и удержания клиентов; - запускать и оптимизировать рекламные кампании; -формировать план продвижения с учетом поставленных целей и задач- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание- рассчитывать бюджет продвижения туристского продукта и услуг; -определять и варьировать способы и каналы продвижения турпродукта-составлять полнофункциональные брифы с целью дальнейшего сотрудничества с рекламными компаниями- участвовать в выставках и ярмарках туристской направленности; - формировать и использовать механизмы стимулирования каналов сбыта;- использовать каталоги и ценовые приложения;- выбирать оптимальный туристский продукт; - формировать агентские сети |  |

## 1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела компетенции, обозначенных в требованиях и указанных в таблице №2.

*Таблица №2*

**Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий/Модуль** | **Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ** |
| **Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ** |  | **A** | **Б** | **В** | **Г** | **Д** | **Е** |  |
| **1** | 6,10 | 2,90 | 3,0 |  0,00 | 0,00 | 4,00 | **16,00** |
| **2** | 0,00 | 2,50 | 5,80 | 0,00 | 0,00 | 1,70 | **10,00** |
| **3** | 0,10 | 0,60 | 1,30 | 0,00 | 0,00 | 2,30 | **4,30** |
| **4** | 9,20 | 0,00 | 7,10 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | **16,30** |
| **5** | 0,00 | 0,00 | 7,40 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | **7,40** |
| **6** | 4,60 | 0,00 | 0,40 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | **5,00** |
|  |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | **20,00** | **6,00** | **25,00** | **00,00** | **00,00** | **8,00** | **59,00** |

1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

Оценка Конкурсного задания будет основываться на критериях, указанных в таблице №3:

*Таблица №3*

**Оценка конкурсного задания**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий** | **Методика проверки навыков в критерии** |
| **А** | Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура | Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; разработки и оформления документов в соответствии с предъявляемыми требованиями ; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров, |
| **Б** | Работа с возражениями туриста | Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; разработки и оформления документов в соответствии с предъявляемыми требованиями ; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров, |
| **В** | Формирование и обоснование нового туристского продукта | Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; разработки и оформления документов в соответствии с предъявляемыми требованиями ; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров, |
| **Е** | Специальное задание | Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; разработки и оформления документов, в соответствии с предъявляемыми требованиями ; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров. |

**1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ**

Возрастной ценз: 16+ года.

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 17 часов 30 минут.

Количество конкурсных дней: 2 дня

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов требований компетенции.

Оценка знаний участника должна проводиться через практическое выполнение Конкурсного задания. В дополнение могут учитываться требования работодателей для проверки теоретических знаний / оценки квалификации.

**1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания (ссылка на ЯндексДиск с матрицей, заполненной в Excel)**

Конкурсное задание состоит из модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) -6 модулей, и вариативную часть – 2 модуля. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Обязательная к выполнению часть (инвариант) выполняется всеми регионами без исключения на всех уровнях чемпионатов.

Количество модулей из вариативной части, выбирается регионом самостоятельно в зависимости от материальных возможностей площадки соревнований и потребностей работодателей региона в соответствующих специалистах. В случае если ни один из модулей вариативной части не подходит под запрос работодателя конкретного региона, то вариативный (е) модуль (и) формируется регионом самостоятельно под запрос работодателя. При этом, время на выполнение модуля (ей) и количество баллов в критериях оценки по аспектам не меняются.

Конкурсное задание представляет собой единый для всех участников кейс(задание) в форме запроса клиента (клиентов).

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения.

*Таблица №4*

**Матрица конкурсного задания**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Обобщенная трудовая функция | Трудовая функция | Нормативный документ/ЗУН | Модуль | Константа/вариатив | ИЛ | КО |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания **(Приложение № 1)**

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)

**Модуль В. Формирование и обоснование нового туристского продукта (Инвариант)**

Время на выполнение модуля: 2 часа 45 минут + 5 минут на презентацию

**Задания:** В соответствии с заданной темой участники разрабатывают программу нового уникального туристского продукта.

 Конкурсанты: выделяют ключевые детали запроса; определяют и дают характеристику территории, по которой пройдёт маршрут, указывают на (клиентскую) аудиторию нового маршрута; определяют и обосновывают концепцию и уникальность нового туристского продукта; обосновывают сроки и количество заездов, продолжительность и сезонность при организации путешествия; определяют соответствие целям, задачам, возрастным и иным характеристикам Заказчика средств размещения; предприятий питания; транспортных услуг; экскурсионного обслуживания и внепрограммных мероприятий по программе тура; дополнительных услуг, предложенных по маршруту путешествия; указывают на услуги по страхованию туристов, а также обосновывают требования безопасности на маршруте.

 В процессе разработки программы нового уникального туристского продукта конкурсанты представляют общую карту-схему маршрута и карты-схемы ежедневных перемещений по маршруту, с указанием основных локаций, протяженности( в км) и продолжительности путешествия.

Участники предоставляют информацию по программе тура с использованием открытых актуальных источников (не менее 4-х).

Участники разрабатывают и сдают экспертам в электронной форме программу тура с указанием затрат времени, обосновывают соответствие программы нового туристского продукта заказу клиента с учетом всех имеющихся особенностей запроса заказчика.

Участники в ходе презентации программы нового туристского продукта представляют и сдают экспертам в электронной форме **расчеты** себестоимости сформированного турпродукта и расчеты стоимости турпродукта на рынке.

Конкурсанты оформляют и сдают экспертам в электронной форме **технологическую карту маршрута** (технологическая карта туристского путешествия) в соответствии с ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги». В 3 разделе технологической карты конкурсанты предоставляют краткую информацию в аннотированной форме по каждому дню поездки и всем специфическим характеристикам маршрута объемом до 1 страницы А4, 12 шрифтом TimesNewRoman, интервал полуторный.

Конкурсанты готовят **аннотацию тура** на русском и иностранном языке (оба варианта аннотации в электронном виде сдаются экспертам), демонстрируя умения устно излагать информацию о туре на иностранном языке в ходе презентации туристского продукта.

Конкурсанты разрабатывают и сдают экспертам в электронной форме **рекламный буклет тура**, который должна включать необходимую, полную и достоверную информацию о туристском продукте. Буклет представляется экспертам в формате Лифлет ЕВРО в 2 сложения, (в развороте А4) двухсторонний.

Все документы по данному модулю заполняются с использованием верхнего колонтитула, строки, расположенной на краю полосы набора и содержащей заголовок название(номер) команды участников.

Конкурсанты готовят электронную презентацию своего продукта.

Презентация работы над модулем считается завершенной только в том случае, если участники команды обозначили окончание выступления.

**Модуль Е Специальное задание (Вариатив)**

**Время на выполнение модуля: 1 час. Время на презентацию: 5 минут на команду.**

**Задания:** Специальное задание носит «спонтанный» характер, несет в себе творческое начало, умение мыслить стратегически, способность креативно подходить к решению творческих задач, демонстрировать правильность устной речи, соблюдение делового стиля в одежде, навыки успешной коммуникации и публичной презентации, а также умения работать в команде и стрессоустойчивость.

В ходе выполнения специального задания участникам в первые пять минут после начала работы над Модулем предлагается задать не менее двух уточняющих вопросов по заданию в письменной форме, используя для этого выражение: «Правильно ли мы вас поняли». Главный эксперт в режиме нон-стоп отвечает на представленные вопросы команд-участников. По окончании публичной презентации оценивающие эксперты имеют право задать не менее 3-х вопросов конкурсантам. Если время ответов на вопросы завершилось, а вопрос был задан экспертом, то участник имеет право ответа на этот вопрос. Время для презентации команды составляет 3 минуты. Время, отведенное на вопросы от экспертов - 2 минуты (вопросы могут задавать эксперты, которые оценивают данный модуль и главный эксперт).

**Модуль А. Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура (Инвариант)**

Время на выполнение модуля: **2 часа 30 минут +**  **Время на презентацию: 5 минут**

 **Задание:** Участникам озвучивается для анализа на рабочих местах специально подготовленная ситуация, в которой представлен запрос клиента на пакетный тур по определённым критериям. В соответствии с заказом клиента участники осуществляют подбор пакетного тура и оформляют программу обслуживания пакетного тура.

Участники представляют экспертам памятку туристу о поездке в соответствии с заданием. Информация в программе обслуживания по пакетному туру, должна сопровождаться ссылками на открытые актуальные источники (не менее 4-х).

**Участники оформляют и сдают экспертам коммерческое предложение на поездку**. В коммерческом предложении излагается суть оферты менеджера турагентства по запросу клиента. Письмо (коммерческое предложение) составляется в соответствии со стандартами деловой переписки и предоставляется в электронном виде. Объем коммерческого предложения не должен превышать двух страниц А4, шрифт 12 Times New Roman, интервал одинарный.

**Конкурсанты оформляют и сдают в электронном виде экспертам заполненный договор** о реализации турпродукта между турагентом и клиентом (Приказ Минэкономразвития России от 19.03.2019 года №135). Договор должен быть заполнен в соответствии с представленным на презентации турпродуктом и представленными заказчиком данными туристов.

Конкурсанты составляют и сдают экспертам в электронном виде калькуляцию стоимости пакетного тура.

Все документы заполняются с использованием верхнего колонтитула, строки, расположенной на краю полосы набора и содержащей заголовок название(номер) команды участников.

Конкурсантам в ходе работы над запросом клиента предоставляется возможность в течение ограниченного времени обратиться к клиенту и задать уточняющие вопросы в ходе организации переговоров с заказчиком в режиме реального времени. Перед началом работы над модулем проводится жеребьевка порядка выхода команд на переговоры. Переговоры с Заказчиком начинаются по истечении 10 минут после начала выполнения Модуля и заканчиваются за 10 минут до окончания выполнения Модуля. Время, отведенное на переговоры составляет 4 минуты для каждой команды, переговоры проводятся однократно.

Конкурсанты готовят электронную презентацию подобранного в соответствии с заказом пакетного тура. **Время на презентацию: 5 минут.**

Презентация работы над модулем считается завершенной только в том случае, если участники команды обозначили окончание выступления.

**Модуль Б. Работа с возражениями туриста (Инвариант)**

Время на выполнение модуля: (30 минут на подготовку к переговорам с Заказчиком+10 минут на собеседование( переговоры) с клиентом)

В данном модуле имитируется обработка возражений клиента на предложенный вариант пакетного тура (Модуль Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура). Роль «клиента-туриста» играет группа оценивающих экспертов, роль «менеджеров турагентства» – конкретная команда участников соревнований.

 В текстовом виде каждая команда получает индивидуальные возражения от заказчика по условиям предлагаемого пакетного тура (Модуль А. Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура). Количество возражений должно быть одинаково для всех команд – 2 (два).

Формулировка и суть возражения, определение его истинных и ложных причин, а также возможные сценарии (схемы) его преодоления, обсуждаются и принимаются группой оценивающих экспертов с участием главного эксперта до начала работы над Модулем, на основе представленных командой коммерческого предложения и(или) электронной презентации по Модулю А (Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура). Текст возражения формулируется от первого лица – потенциального «туриста» того «турагентства», куда обращается «клиент».

Работа и оценка команды по преодолению возражений проходит в интерактивной форме – форме диалога (переговоров, общения, собеседования) «менеджеров турагентства» (команды участников) с «туристом» (экспертом, -ами оценки) в зоне экспертов (комнате для переговоров), оборудованной необходимым оборудованием и выходом в Интернет и локальной папке команды. Порядок выхода участников команд на собеседование (переговоры) определяется жеребьевкой перед началом работы над Модулем.

Перед началом работы над модулем команды участников одновременно получают «свои» возражения. Участникам дается возможность в течении 30 (тридцати) минут подготовиться к встрече с «туристом», в роли которого выступает оценивающие эксперты. После окончания «подготовительного этапа» работы с возражениями «туриста» участники покидают рабочие места и переходят в брифинг-зону. В соответствии с жеребьёвкой команды приглашаются на собеседования с «туристом». Время выступления с мини-презентацией (общения с экспертами) – не более 10 минут на команду. Переговоры проводятся однократно. При этом таймер доступен для просмотра как для экспертов оценки, так и для участников соревнований. Во время общения «турист»-«менеджер турагенства» экспертами оценки могут быть сделаны уточнения по выдвинутым 2(двум) возражениям, но не могут быть выдвинуты новые возражения. Данное общение предполагает формат работы «онлайн», все аспекты обсуждаемых возражений и ответы на них (решения) не предполагают продления выделенного времени или перенос сроков общения.

 Мини-презентация по работе над возражением может проходить как в устной форме с использованием ПК для поиска и демонстрации необходимой информации (альтернативных предложений в ответ на возражение - форма онлайн), так и с привлечением электронной версии мини-презентации.

Причины, вызвавшие возражения, уточняются оценивающими экспертами применительно к каждому коммерческому предложению и электронной презентации, представленными участниками по Модулю (Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура).

Конечным результатом проведения мини-презентации ответов на высказанные возражения должна стать готовность «туриста» (оценивающих экспертов) к «покупке тура» и «заключению договора о реализации турпродукта». После окончания собеседования (переговоров) команда завершает работу над модулем, сдает рабочее место и покидает зону соревнований.

## 2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ*[[2]](#footnote-2)*

 Тип соревнования: командный

Количество конкурсантов в команде: 2 чел.

Выбор командной формы проведения чемпионатов по компетенции Туризм обусловлен спецификой и практикой осуществления туристской деятельности.

В команде, где присутствуют специалисты с разными полномочиями и профилями, можно выйти на нестандартную идею, которая способна родиться только на стыке компетенций. Причем, команда способна не только найти идею, но и реализовать ее. На первый план, в командной форме работы при этом выходят навыки, способствующие эффективному выполнению задач. Среди которых, навыки делегирования и распределения функций, межличностной коммуникации и сотрудничества, совместного оперативного планирования и снижение рисков принятия ошибочного или случайного решения - являются приоритетами в организации профессиональной деятельности специалиста по туризму.

Каждый член команды при взаимодействии с другими ее членами выполняет роли двух типов. Первая — это профессиональная роль, базирующаяся на профессиональных навыках и практическом опыте, которые вносятся конкурсантом в реализацию проекта или решение проблемы. Вторая роль, является командной ролью, в основе которой лежат личностные данные человека, его ценности и менталитет.

Любая команда имеет больше шансов быть эффективной, если она сбалансирована в отношении всего набора командных ролей и, если в ней обеспечивается и поощряется выполнение всех командных ролей, наиболее актуальных для решения конкретных задач команды в конкретный момент времени.

Данные роли можно отнести к базовым навыкам специалиста по туризму как разработчика туристских маршрутов, формирующего туристский продукт(ы) для их продвижения и реализации.

Чемпионат по компетенции «Туризм» — это командные соревнования в области туристской деятельности с двумя участниками. В группах участники работают над реализацией запросов туристов, каждый день решая различные конкурсные задачи. Конкурсанты работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе (туроператорской компании, туристическом агентстве и пр.), выполняя задачи, указанные в конкурсном задании. Соревнования организованы по модульному принципу. Для каждого модуля конкурсанты получают варианты заданий в виде запросов клиента с реальной ситуацией из области туристской деятельности. Форма представления запроса варьируется в зависимости от заданий к модулю: видеоролик, устное обращение клиента, письменный запрос и прочие формы обращения. Запрос (обращение) клиента демонстрируется участникам чемпионата на момент начала работы над модулем. Для работы над некоторыми модулями задание для участников рассылается заблаговременно, в зависимости от специфики модуля. Для выполнения каждого модуля во время чемпионата предлагаются четкие временные рамки.

Кейсы(задания) для работы на площадке для конкурсантов являются секретными и представляет собой единый для всех участников кейс(задание) в форме запроса клиента (клиентов).

Для модулей А, В, Г, Д разрабатываются не менее трех вариантов кейсов (заданий). Один из конвертов с подготовленными заданиями выбирается методом случайной выборки перед началом работы над модулем. Для модуля Б предусматриваются уникальные для разных команд участников задания. Кейсы (задания) выдаются участникам и экспертам перед началом выполнения модуля.

При получении кейса (задания) по модулю Е участники задают вопросы на уточнение и понимания сути задания, а также отвечают на вопросы экспертов в отведённое для этого время. По другим модулям вопросы перед началом выполнения не предусмотрены.

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения.

Варианты ситуаций (кейсов), в которых даны запросы клиентов по каждому из рабочих модулей, разрабатываются главным экспертом соревнований с привлечением независимых экспертов. Варианты заданий (кейсов), при необходимости, согласуются с менеджером компетенции. Окончательный выбор ситуаций (кейсов) для конкурсантов остается за главным экспертом.

Для соблюдения «эффекта неожиданности» рекомендуется по каждому модулю предлагать участникам соревнований не менее трех вариантов заданий. По некоторым модулям предусматривается «домашнее задание» в виде предварительной информации, которое доводится до сведения участников за 10 дней до начала чемпионата.

Конкурс проводится на русском языке (знание иностранного (английский) - обязательно). Вся документация, публичные презентации и общение с экспертами – на русском языке.

Дополнительные профессиональные требования к конкурсантам не предъявляются.

Во время соревнований участники и эксперты обязаны соблюдать деловой стиль. Основные требования нестрогого делового стиля: пиджак, брюки и юбка могут быть разными по цвету и фактуре ткани; допускаются блузка с юбкой, водолазки, трикотажные изделия; возможно использование фирменных аксессуаров: галстук, платок, фирменная нашивка и т.д. Использование одежды или формы с посторонней или некорректной символикой или надписями нежелательно.

Экспертам-наставникам запрещено делать фотографии и видеозаписи конкурсантов во время выполнения заданий.

**Штрафные санкции**

Если становится очевидно, что действия участника соревнований, приведшие к нарушению Регламента чемпионата и Кодекса этики, были совершены осознанно и преднамеренно, к нему применяются следующие санкции:

* Обнаружение у участника на площадке запрещенных средств связи приводит к отстранению от соревнований.
* Обнаружение у участника на площадке любых видов памяти (накопителей), в том числе и любых устройств с USB-разъемом, приводит к отстранению участника от соревнований.
* Запрещается пользоваться почтовыми серверами (за исключением тех вариантов, когда это указано в задании к модулю).
* Участник, нарушивший правила поведения/правила ОТ и ТБ на чемпионате и чье поведение мешает процедуре проведения чемпионата, получает предупреждение с занесением в протокол нештатных ситуаций. После повторного предупреждения участник удаляется с площадки, а Главный эксперт вносит соответствующую запись в протоколе.
* В случае некорректного или грубого поведения компатриота, его попыток вмешиваться в работу оценивающей группы и других нарушениях этики, такие нарушение фиксируется и составляется протокол с решением об удалении данного эксперта или компатриота с площадки вплоть до конца проведения соревнований

2.1. Личный инструмент конкурсанта

 Тулбокс конкурсанта: нулевой

### 2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

 Любые материалы и оборудование, имеющиеся при себе у участников, необходимо предъявить Экспертам. Жюри имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции «Туризм», или же могущими дать участникам несправедливое преимущество.

Главный эксперт имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции «Туризм», или же могущими дать участнику несправедливое преимущество. Использование данных предметов во время соревнований приводит к штрафным санкциям, вплоть до дисквалификации команды(участников).

В частности, запрещено использование мобильных телефонов, и любых гаджетов, имеющих память или usb-порт. Использование участником на площадке мобильного телефона приводит к наказанию 5 баллов или дисквалификации команды.

Обнаружение у участника на площадке любых видов памяти (накопителей), в том числе и любых устройств с USB-разъемом, приводит к отстранению команды от соревнований

3. Приложения

Приложение № 1 Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания <https://disk.yandex.ru/i/XRIqgIWEBUW9gQ>

Приложение №2 Матрица конкурсного задания <https://disk.yandex.ru/i/Hwo_Xvc87H6nng>

Приложение №3 Инфраструктурный лист <https://disk.yandex.ru/i/UxyY_73O3IHFPw>

Приложение №4 Критерии оценки <https://disk.yandex.ru/i/ai9v6gpRFczUFg>

Приложение №5 План застройки

Приложение №6 Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции «Туризм»

1. *Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одной командой.* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.* [↑](#footnote-ref-2)