**КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ**

**Отборочного (межрегионального) этапа Чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы» 2023**

**по компетенции «ТУРИЗМ»**

**для возрастной категории «Юниоры»**

2023 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 3](#_Toc130895181)

[1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ 3](#_Toc130895182)

[1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ТУРИЗМ» 4](#_Toc130895183)

[1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ 9](#_Toc130895184)

[1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ 9](#_Toc130895185)

[1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ 11](#_Toc130895186)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 15](#_Toc130895187)

[2.1. ЛИЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОНКУРСАНТА 17](#_Toc130895188)

[2.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ 17](#_Toc130895189)

[3. ПРИЛОЖЕНИЯ 19](#_Toc130895190)

**ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

*1. ТП – туристский продукт*

*2. ЛИК – личный инструмент конкурсанта*

# 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 / рабочих 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** | 23,25% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | - 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** | 14,05% |
| 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** | 11,10% |
| 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** | 21,90% |
| 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** | 12,55% |
| 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** | 17,15% |
| 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** | **Г** | **Б** | **В** |  |
| **1** | 8,50 | 5,10 | 4,30 | 0,00 | 17,90 |
| **2** | 0,00 | 2,40 | 8,30 | 0,00 | 10,70 |
| **3** | 0,15 | 3,50 | 1,85 | 0,00 | 5,50 |
| **4** | 12,50 | 0,00 | 9,40 | 0,00 | 21,90 |
| **5** | 0,00 | 0,00 | 10,55 | 0,00 | 10,55 |
| **6** | 6,85 | 0,00 | 0,60 | 0,00 | 7,45 |
|  | | | | | |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | | **28,00** | **11,00** | **35,00** | **0,00** | **74** |

## 1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

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

*Таблица №3 Оценка конкурсного задания*

Специфические требования к методике проведения оценки компетенции, работе экспертов, менеджера компетенции в рамках оценки компетенции отсутствуют.

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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, |
| Г | Специальное задание | Используется методика применения судейских оценок.  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;  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, а также чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;  3.комбинированные методики, 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, в том числе методы формулировать уточняющие вопросы по специальному заданию, формулировать доводы и обоснованные аргументы в ответ на вопросы экспертов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров. |
| Б | 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, |

## 1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Возрастной ценз: 14 лет и более

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 10 часов.

Количество конкурсных дней: 2 дня

КЗ включает 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

Конкурсное задание состоит из модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) – 2 модуля, и вариативную часть – 1 модуль. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

Конкурсное задание представляет собой единый для всех участников кейс (задание) в форме запроса клиента (клиентов). Для модулей А и В разрабатывается не менее трех вариантов заданий. Кейсы (задания) выбираются методом случайной выборки и выдаются участникам и экспертам перед началом выполнения модуля.

При получении кейса (задания) по модулю Г участники задают вопросы. По другим модулям вопросы перед началом выполнения задания не предусмотрены.

### 1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант)

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

**Время на выполнение модуля: 3 часа. (допускается во время работы над модулем проводить технические перерыв в работе участников, но не более чем на 5 минут после 1,5 часа работы). 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.

Информация в программе обслуживания по пакетному туру, должна сопровождаться ссылками на открытые актуальные источники (не менее 4-х).

**Участники оформляют и сдают в электронном виде 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 15 минут после начала выполнения Модуля и заканчиваются за 15 минут до окончания выполнения Модуля. Время, отведенное на переговоры, составляет 4 минуты для каждой команды, переговоры проводятся однократно.

Конкурсанты готовят и сдают экспертам электронную версию презентации подобранного в соответствии с заказом пакетного тура.

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

**Модуль Г. Специальное задание (вариатив)**

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

**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 Г предлагается задать не менее двух уточняющих вопросов по заданию в письменной форме, используя для этого выражение: «Правильно ли мы вас поняли».

По окончании публичной презентации оценивающие эксперты задают 3 вопроса конкурсантам (эксперт-наставник не имеет права задавать вопрос команде, чьи интересы представляет). Если время ответов на вопросы завершилось, а вопрос был задан экспертом, то участник имеет право ответа на этот вопрос. Вопросы могут задавать эксперты, которые оценивают данный модуль и главный эксперт.

Время для презентации команды составляет 3 минуты. Время, отведенное на вопросы от экспертов - 2 минуты.

Данное задание является универсальными и призвано предоставить возможность участникам в короткий промежуток времени продемонстрировать профессиональные компетенции специалиста в области туристской деятельности умения оперативно реагировать на возникающие непредвиденные обстоятельства в профессиональной деятельности и способность конкурсанта креативно и оперативно решать возникающие задачи.

**Модуль Б. Формирование и обоснование нового туристского продукта (инвариант)**

**Время на выполнение модуля: 3 часа + 6 минут на презентацию (допускается во время работы над модулем проводить технические перерыв в работе участников, но не более чем на 5 минут после 1,5 часа работы).**

**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.

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 (таймингом).

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.

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 и сдают экспертам электронную версию **презентацию** своего продукта.

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

## **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.

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.

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.

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения

Во время соревнований участники 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.

## 2.1. ЛИЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОНКУРСАНТА

Личный инструмент 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/FtGEQarpF-3lqA>

Приложение № 2 Матрица конкурсного задания

<https://disk.yandex.ru/i/UhmxvmfydfqUng>

Приложение № 3 Критерии оценки

<https://disk.yandex.ru/i/9UIsjZaiWdyN0Q>

Приложение № 4 Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции «Туризм» <https://disk.yandex.ru/i/RADe7FR8jsT_Fw>

Приложение № 5 Договор о реализации турпродукта между турагентом и клиентом Модуль А (Приказ Ростуризма от 27.11.2020 N 448-Пр-20 "Об утверждении типовых форм договора о реализации туристского продукта, заключаемого между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, и договора о реализации туристского продукта, заключаемого между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком" (Зарегистрировано в Минюсте России 30.11.2020 N 61166) <https://disk.yandex.ru/i/VvSS8IL9n1vgsQ>

Приложение № 6 Шаблон Технологическая карта

<https://disk.yandex.ru/i/w4Usj8TMqtYBeg>

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