|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Туроператорская деятельность» (Юниоры)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ этап Чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

регион проведения

2025 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 4](#_Toc142037183)

[1.1. Общие сведения о требованиях компетенции 4](#_Toc142037184)

[1.2. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «Туроператорская деятельность» 4](#_Toc142037185)

[1.3. Требования к схеме оценки 8](#_Toc142037186)

[1.4. Спецификация оценки компетенции 9](#_Toc142037187)

[1.5. Конкурсное задание 10](#_Toc142037188)

[1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания 11](#_Toc142037189)

[1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) 11](#_Toc142037190)

[2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ 20](#_Toc142037191)

[2.1. Личный инструмент конкурсанта 22](#_Toc142037192)

[2.2.Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке 22](#_Toc142037193)

[3. ПРИЛОЖЕНИЯ 23](#_Toc142037194)

**ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

1. ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт
2. ПС – Профессиональный стандарт
3. КЗ – Конкурсное задание
4. ИЛ – Инфраструктурный лист
5. ТК – Требования компетенции
6. ГЭ – Главный эксперт
7. ТАП – Технический администратор площадки
8. ТО – Туроператор
9. ТА – Турагентство
10. ЦА – Целевая аудитория
11. ТИЦ – Туристско-информационные центры

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ

Требования компетенции (ТК) «Туроператорская деятельность» 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 «Туроператорская деятельность»

Перечень видов профессиональной деятельности, умений и знаний, профессиональных трудовых функций специалиста базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту. Перечень профессиональных задач специалиста представлены в Таблице 1.

*Таблица №1*

**Перечень профессиональных задач специалиста**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Раздел** | **Важность в %** |
| 1 | **Сбор данных, анализ и аналитика** | **33,40** |
| - Специалист должен знать и понимать:* Законы и иные нормативно-правовые акты в сфере туризма, рекламы, защиты прав потребителей, законодательство о туристских формальностях, гражданское законодательство, отраслевые правила и стандарты (ГОСТ);
* Приоритетные направления и принципы устойчивого развития туризма в Российской Федерации;
* Закономерности размещения туристского потенциала и географии туристских центров мира и России;
* Географические, историко-культурные и социально-экономические особенности туристских дестинаций;
* Основы туризма, организация индустрии туризма и гостеприимства, технологии туроператорской и турагентской деятельности
 |  |
| - Специалист должен уметь:* Осуществлять поиск и использование информации о туристском потенциале территорий, состоянии и структуре рынка туристских услуг;
* Анализировать и использовать результаты проведенных исследований при разработке программ туристского обслуживания, туристских маршрутов и походов, определении условий путешествия;
* Учитывать особенности типов, категорий и видов туризма при организации деятельности по предоставлению туроператорских услуг;
* Учитывать особенности типов, категорий и видов туризма при организации деятельности по формированию туристского продукта;
* Разрабатывать туристский продукт с учетом комплексного подхода к планированию и развитию приоритетных туристских территорий.
 |  |
| 2 | **Работа с ресурсами и документацией** | **11,90** |
| - Специалист должен знать и понимать:* Методики формирования программ туристского обслуживания, туристских маршрутов и походов, расчета себестоимости и цены туристского продукта;
* Формы работы туроператоров с исполнителями услуг, принимающей стороной, страховыми организациями, визовыми и консульскими учреждениями;
* Правила оформления платежной, туристской, страховой, визовой и отчетной документации, порядок подготовки, заключения и исполнения договоров;
* Система мероприятий и мер, реализуемых при возникновении в стране (месте) временного пребывания угрозы безопасности жизни и здоровью туристов, причинения вреда их имуществу;
* Технологии проектирования и планирования туристского продукта;
* Этапы, стратегии, тактики и методы ценообразования.
 |  |
| - Специалист должен уметь:* Использовать методики расчета себестоимости и цены туристского продукта;
* Учитывать действующее законодательство при оформлении договорной, платежной, туристской, страховой, визовой и отчетной документации;
* Формировать цифровую среду проектирования и планирования туристского продукта.
 |  |
| 3 | **Психология общения, продажи и коммуникация** | **38,70** |
| - Специалист должен знать и понимать:* Основы профессиональной этики и этикета, психологии делового и межличностного общения;
* Иностранные языки в объеме, необходимом для ведения деятельности по предоставлению туроператорских услуг;
* Основы межкультурных коммуникаций;
* Принципы и методы управления конфликтами.
 |  |
| - Специалист должен уметь:* Применять эффективные методы общения и правила деловой этики;
* Выявлять, анализировать и разрешать возникающие проблемы и конфликтные ситуации;
* Выявлять предпочтения и запросы потребителей.
 |  |
| 4 | **Маркетинг и работа с партнерами** | **16,00** |
| - Специалист должен знать и понимать:* Основы маркетинга и организации маркетинговых исследований, особенности функционирования и развития рынка туристских услуг;
* Особенности планирования, организации и анализа результатов рекламных кампаний, презентаций, специализированных выставочно-ярмарочных мероприятий, рекламных и ознакомительных туров;
* Методы формирования агентских сетей и стимулирования их активности, расчета комиссионного (агентского) вознаграждения;
* Особенности проведения маркетинговых исследований туристского рынка, методы обработки и использования их результатов;
* Формы работы туроператоров с турагентами, исполнителями услуг, принимающими и страховыми организациями, визовыми и консульскими учреждениями, туристскими информационными центрами;
* Методы мотивирования персонала и обеспечения качества его работы, контроля и повышения эффективности деятельности подразделений.
 |  |
| - Специалист должен уметь:* Обеспечивать правильность выбора и применения методов продвижения туристского продукта;
* Организовывать работу на специализированных выставках и ярмарках, по проведению презентаций, распространению рекламных материалов;
* Использовать методы поощрения и стимулирования активности турагентов, рассчитывать комиссионное (агентское) вознаграждение;
* Определять схемы взаимодействия туроператоров с исполнителями услуг и принимающими организациями.
 |  |

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** |  |
| **1** | 8,90 | 14,00 | 5,50 | 5,00 | 33,40 |
| **2** | 7,40 | - | 1,00 | 3,50 | 11,90 |
| **3** | 9,70 | 4,00 | 13,50 | 11,50 | 38,70 |
| **4** | 4,00 | 2,00 | 3,00 | 7,00 | 16,00 |
| **Итого баллов за критерий/модуль** | 30,00 | 20,00 | 23,00 | 27,00 | **100** |

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** | **Формирование турпродукта**  | Критерий оценивает умение осуществлять сбор и анализ информации, выявлять проблематику, формировать туристский запрос на конкретной территории по ключевым пунктам (перелет, размещение, питание, активности и т.д.) и на основании вышеизложенного «формировать» новый комплексный туристский продукт. Вес каждого из аспектов заявленного субкритерия определяется перечнем профессиональных задач специалиста, указанного в Таблице №1 настоящего документа. Экспертами производится оценивание одних и тех же аспектов работы всех конкурсантов. Количествозаработанных баллов суммируется.* Субкритерий А1 «Анализ региона и запроса на формирование турпродукта»
* Субкритерий А2 «Взаимодействие с поставщиками туристских услуг и формирование турпродукта»
* Субкритерий А3 «Презентация коммерческого предложения и работа с возражениями»
 |
| **Б** | **Аттестация** | Критерий оценивает знания особенностей и специфики работы специалиста туроператорской компании, умение решать практические задачи в формате «кейсов». Вес каждого из аспектов заявленного субкритерия определяется перечнем профессиональных задач специалиста, указанного в Таблице №1 настоящего документа. Экспертами производится оценивание одних и тех же аспектов работы всех конкурсантов. Количествозаработанных баллов суммируется.* Субкритерий Б1 «Знание туристских формальностей». Дискретная оценка
 |
| **В** | **Проведение части рекламного тура** | Критерий оценивает умения подготовить и провести специализированное отраслевое мероприятие – рекламный тур – в соответствии со стандартами работы отрасли. Вес каждого из аспектов заявленного субкритерия определяется перечнем профессиональных задач специалиста, указанного в Таблице №1 настоящегодокумента. Экспертами производится оценивание одних и тех же аспектов работы всех конкурсантов. Количество заработанных баллов суммируется.* Субкритерий В1 «Подготовка к проведению части рекламного тура». Судейская и дискретная оценки
* Субкритерий В2 «Проведение части рекламного тура». Судейская и дискретная оценки
 |
| **Г** | **Проведение переговоров с партнерами туроператора**  | Критерий оценивает умение подготовить и провести деловые переговоры в туристской сфере для достижения взаимовыгодных условий сотрудничества. Вес каждого из аспектов заявленного субкритерия определяется перечнем профессиональных задач специалиста, указанного в Таблице №1 настоящего документа. Экспертами производится оценивание одних и тех же аспектов работы всех конкурсантов. Количество заработанных баллов суммируется. * Субкритерий Г1 «Подготовка к переговорам». Судейская и дискретная оценки
* Субкритерий Г2 «Проведение переговоров». Судейская и дискретная оценки
 |

1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Общая продолжительность Конкурсного задания[[1]](#footnote-1): 9 часов 30 минут

Количество конкурсных дней: 3 дней

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

Оценка знаний конкурсанта 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 4 модулей, включает обязательную к выполнению часть (инвариант) – 3 модуля, и вариативную часть – 1 модуль. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания

**Модуль А. Формирование турпродукта (инвариант)**

*Время на выполнение модуля: 3 часа 30 минут*

* 2 часа 20 минут на выполнение задания согласно легенде.
* Остальное время отводится конкурсантам на презентацию выполненного задания.

**Задание:**

Данный модуль представляет собой демонстрацию навыков конкурсанта по формированию турпродукта – одна из главных функций туроператорской компании. Конкурсное задание предполагает разработку нового турпродукта, направленного на эффективное планирование и организацию групповых туров с учетом специфических запросов заказчика (клиента); презентацию коммерческого предложения и работу с возражениями.

Модуль состоит из 2 (двух) этапов: заочного и очного.

*Первый этап – заочный.*

На первом этапе конкурсантам не позднее, чем за 15 (пятнадцать) календарных дней до начала соревнований, оглашается регион Российской Федерации для самостоятельного изучения. На данном этапе конкурсантам необходимо изучить следующие особенности региона:

- географическое расположение;

- социально-экономическое устройство региона;

- основные достопримечательности;

- культурно-исторические, климатические особенности и сезонность.

*Второй этап – очный.*

На втором этапе в соревновательный день Д1 конкурсанты получают задание на формирование турпродукта в регионе, который был изучен на заочном этапе. Конкурсанты в качестве сотрудников одного из подразделения туроператорской компании получают задание от заказчика (клиента) или руководства на разработку нового туристского продукта.

Формирование турпродукта предполагает сбор и анализ следующей информации:

- о транспортной доступности региона;

- о средствах размещения различных категорий;

- о компаниях-перевозчиках в регионе (авиа, железнодорожные, автобусные, круизные и др.);

- о предприятиях питания;

- о достопримечательностях;

- об иных объектах, имеющих привлекательность для туристов и т.д.

Конкурсантам необходимо разработать полноценный турпродукт по запросу заказчика (клиента):

- выстроить программу перевозки туристов в регион;

- определить перечень поставщиков услуг для сотрудничества (объекты размещения, предприятия питания, транспортные компании и т.д.);

- разработать программу тура с учетом вышеперечисленных пунктов;

- рассчитать стоимость сформированного турпродукта;

- провести презентацию коммерческого предложения.

Конкурсанты готовят коммерческое предложение в форме презентации с раскрытием всех исходных данных запроса. В завершение проделанной работы конкурсант должен обосновать актуальность разработанного турпродукта и получаемые преимущества (выгоды) для заказчика (клиента) и потребителей разработанного тура.

Конкурсанты готовят презентацию в специализированной программе для создания презентаций (PowerPoint). Управление презентацией осуществляется конкурсантами самостоятельно.

Во время выполнения задания на площадке конкурсантам запрещается использовать заранее подготовленный шаблон или заранее подготовленные материалы. При выполнении задания по модулю конкурсантам разрешается использовать официальные сайты ТИЦ региона, туроператоров, гостиниц и предприятий питания региона, авиакомпаний и других транспортных организаций, а также официальные сайты иных организаций, имеющих отношение к индустрии туризма и гостеприимства.

Общее время на выступление одного конкурсанта составляет 10 (десять) минут: 7 (семь) минут – на презентацию работы по модулю; 3 (три) минуты – на работу с возражениями. Эксперты могут задавать конкурсанту неограниченное количество вопросов в течение 3 (трех) минут после окончания презентации работы по модулю. Вопросы могут задавать эксперты, входящие в группу оценки. Эксперт-наставник, участвовавший в подготовке конкурсанта, не может задавать вопросы своему конкурсанту.

В модуле экспертами оцениваются:

- умение осуществлять поиск, сбор, первичную обработку и анализ информации для разработки туристских продуктов;

- знание особенностей туризма, географии, истории, архитектуры, религии, достопримечательностей, аттракции, социально-экономического и политического устройства регионов Российской Федерации;

- умение разрабатывать концепцию и программу пакетного и/или индивидуального туристского продукта;

- знание схемы работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями, а также методики формирования туристских продуктов;

- умение технически грамотно и визуально корректно подготавливать описание программы туров или отдельных туристских услуг для их презентации (предъявления) заказчику;

- презентация коммерческого предложения и работу с возражениями;

- коммуникационные навыки: владение профессиональной терминологией, умение удерживать внимание аудитории, культура речи, умение отвечать на поставленные вопросы.

**Модуль Б. Аттестация (инвариант)**

*Время на выполнение модуля: 1 час*

**Задание:**

Данный модуль направлен на проверку умений ориентироваться конкурсантов в вопросах регионоведения Российской Федерации, страноведения и курортоведения, климатических, культурных и других особенностей туристских направлений; а также иных туристских формальностей.

Формат вопросов представляет собой практическую проработку «кейсов» («кейс» – ситуационное задание, в рамках которого необходимо проанализировать предложенную ситуацию и найти оптимальное решение) с целью «аттестации» сотрудника туроператорской компании.

Конкурсанты выполняют задание самостоятельно, без использования Интернета. Для выполнения задания по модулю выдается бланк задания.

«Аттестация» проходит в формате письменного (или онлайн) решения ситуационных задач («кейсов»), с которыми сталкивается сотрудник туроператорской компании в работе.

«Кейсы» могут включать:

- открытые и закрытые вопросы;

- вопросы на соответствие и последовательность;

- работу с географической картой;

- вопросы на внимательность.

Допускаются «закрытые кейсы» без вариантов ответа, когда конкурсантам необходимо самостоятельно вписать правильный вариант решения кейса. Содержанием «кейса» являются практические знания и навыки сотрудника туроператорской компании.

По окончании времени, отведенного на модуль, каждый конкурсант должен сдать 1 (один) заполненный бланк и покинуть рабочее место. Порядок подсчета баллов определяется менеджером компетенции и может осуществляться как автоматизировано, так и вручную, при этом интервалы баллов соответствуют конкретным аспектам критериев по модулю.

В модуле экспертами оценивается:

- умение применять знания регионоведения Российской Федерации;

- умение применять знания страноведения с учетом сезонности и особенностей отдыха;

- умение разбираться в специфики различных курортов стран мира, их отличие и особенности;

- умение ориентироваться в отельной базе туристского региона;

- умение понимать профессиональную терминологию и аббревиатуры, принятых в туристской индустрии;

- умение применять знания в экскурсионных возможностях и историко-культурного наследия стран мира;

- умение применять знания нормативно-правовых актов Российской Федерации, регулирующие деятельность в сфере туризма;

- умение применять знания особенностей визового обслуживания по направлениям;

- умение применять знания в продвижении туристского продукта и мотивации туристских агентств.

**Модуль В. Проведение части рекламного тура (инвариант)**

*Время на выполнение модуля: 3 часа*

* 1 час 45 минут на выполнение задания согласно легенде.
* Остальное время отводится конкурсантам на презентацию выполненного задания.

**Задание:**

Данный модуль представляет собой демонстрацию навыков и умений сотрудника туроператорской компании при проведении рекламного тура.

Конкурсантам в качестве сотрудников туроператорской компании предлагается в рамках рекламного тура провести «осмотр» туристского объекта (отель, туристский комплекс, тематический парк или другого партнера туроператорской компании), с которым сотрудничает туроператор. Конкурсантам будет предложено не менее двух туристских объектов, которые необходимо представить группе в рамках рекламного тура.

Модуль состоит из двух частей:

- подготовка «осмотра» туристского объекта;

- проведение «осмотра» туристского объекта (презентация).

Во время выполнения модуля конкурсанты:

- определяют цели и задачи рекламного тура исходя из легенды задания; - знакомятся с инфраструктурой объекта и его возможностями посредством изучения информации на официальном сайте объекта и с использованием иных интернет-ресурсов;

- определяют целевую аудиторию для данного объекта;

- осуществляют планирование «осмотра» объекта, выявляют показ объектов инфраструктуры, переходы от одной точки к другой и пр.;

- прорабатывают организационные и протокольные мероприятия с группой турагентов во время «осмотра» объекта;

- проводят «осмотр» объекта;

- решают «нестандартную ситуацию» во время рекламного тура.

«Нестандартная ситуация» не оглашается конкурсантам заранее, а регламентируется заранее подготовленной легендой, и происходит непосредственно в момент проведения части рекламного тура (в процессе «осмотра»). Время на «нестандартную ситуацию» составляет не более 3 минут. «Нестандартная ситуация» проходит в формате диалога экспертов группы оценки и конкурсантов. Эксперт-наставник не принимает участие в «нестандартной ситуации» своего конкурсанта.

Для подготовки «осмотра» конкурсанты готовят презентацию в специализированной программе для создания презентаций (PowerPoint). Управление презентацией осуществляется конкурсантами самостоятельно.

Во время выполнения задания на площадке конкурсантам запрещается использовать заранее подготовленный шаблон или заранее подготовленные материалы. При выполнении задания по модулю конкурсантам разрешается использовать только официальные сайты ТИЦ региона, туроператоров, гостиниц и предприятий питания региона, тематических парков и парков развлечения, авиакомпаний и других транспортных организаций, а также официальные сайты иных организаций, имеющих отношение к индустрии туризма и гостеприимства.

При проведении «осмотра» объекта помимо предоставления информации об объекте, конкурсантам также необходимо подчеркнуть его достоинства и мотивировать турагентов к продаже представляемого туристского объекта.

Время на выступление конкурсантов – не более 12 минут (включая 3 минуты на «нестандартную ситуацию» и вопросы). Группу «турагентов» представляют эксперты, работающие на конкурсной площадке. В ходе проведения «осмотра» туристского объекта эксперты могут задать конкурсанту не более 3 (трех) вопросов. Эксперт-наставник не принимает участие в «нестандартной ситуации» и не задает вопросы своему конкурсанту.

В модуле экспертами оцениваются:

- умение разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению турпродукта/услуг и повышению уровня лояльности к туристской организации;

- умение проводить мониторинг и анализ маркетинговых кампаний конкурентов;

- умение определять целевую аудиторию рекламного тура и отдельных объектов рекламного тура;

- умение презентовать объект рекламного тура;

- умение предоставлять информацию о туристском объекте;

- умение обеспечивать взаимодействие с партнерами туристской организации;

- умение решать нестандартные вопросы в ходе проведения части рекламного тура;

- коммуникационные навыки: владение профессиональной терминологией, умение удерживать внимание аудитории, культура речи, умение отвечать на поставленные вопросы.

**Модуль Г. Проведение переговоров с партнерами туроператора (вариатив)**

*Время на выполнение модуля:* 2 часа

* 1 час на выполнение задания согласно легенде (этап подготовки к проведению переговоров).
* Остальное время отводится конкурсантам на 2 этап – проведение переговоров с партнером туроператора.

**Задание:**

Данный модуль представляет собой демонстрацию навыков и умений конкурсанта в качестве сотрудника туроператорской компании ведения деловых переговоров в туристской сфере.

Конкурсное задание оценивает способность конкурсантов эффективно взаимодействовать с поставщиками туристских услуг – гостиницами, транспортными компаниями, в т.ч. авиакомпаниями, национальными офисами по туризму, экскурсионными агентствами и другими ключевыми партнерами туроператора, для достижения взаимовыгодных условий сотрудничества.

Конкурсанты, в рамках выполняемого задания, столкнутся с различными ситуациями, характерными для переговорного процесса в туристском бизнесе. Им предстоит демонстрировать свои умения по разработке стратегии переговоров, проведении предварительных исследований о поставщике, подготовке аргументированной позиции, ведения конструктивного диалога, преодоления возражений, установления долгосрочных партнерских отношений.

Модуль состоит из двух частей:

- подготовка к переговорам;

- проведение переговоров с партнером.

Первая часть модуля – *подготовка к переговорам*

В рамках подготовки конкурсанты определяют цель и задачи предстоящих переговоров, изучают информацию о партнере, с которым предстоит провести переговоры, изучают информацию о туроператоре, от лица которого будут вести переговоры, выстраивают стратегию ведения переговоров и подготавливают деловое письмо партнеру с назначением встречи.

Во время выполнения задания на площадке конкурсантам запрещается использовать заранее подготовленный шаблон или заранее подготовленные материалы. При выполнении задания по модулю конкурсантам разрешается использовать только официальный сайт партнера (партнеров) и туроператора, указанных в легенде к заданию. Главный эксперт может разрешить использовать официальные сайты иных компаний, если это предусмотрено озвученной легендой.

 Вторая часть модуля – *проведение переговоров.*

 Конкурсанты приглашаются в брифинг-зону для проведения переговоров с партнером туроператора. Время на проведение переговоров 7 (семь) минут. В роли партнера на переговорах может выступать индустриальный или главный эксперт. Если легенда предусматривает встречу туроператора с несколькими партнерами, эксперты, входящие в группу оценки принимают участие в переговорах. Эксперт-наставник, участвовавший в подготовке конкурсанта, не принимает участие в проведении переговоров своего конкурсанта.

 На усмотрение ГЭ по согласованию с менеджером компетенции ответное письмо может быть распечатано и сдано экспертам на проверку, либо направлены партнеру по электронной почте.

 План ведения переговоров конкурсанты сдают экспертам на проверку после проведения переговоров. При проведении переговоров, конкурсант может использовать подготовленный план и вести переговоры согласно обозначенным задачам.

В модуле экспертами оцениваются:

- ясность и логичность изложения позиции;

- применение эффективных стратегий ведения переговоров;

- гибкость и адаптивность в переговорах;

- умение достигать компромиссов и строить долгосрочные отношения.

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

Компетенция «Туроператорская деятельность» проводится на русском языке. Вся документация, публичные презентации и общение с экспертами – на русском языке. Использование профессиональной терминологии, аббревиатур, название предприятий и организаций отрасли допускается на английском языке.

В день Д-2 каждого потока эксперты вносят 30% изменения в контекст конкурсного задания, равноценные по времени выполнения и уровню сложности.

Выполнение заданий конкурсантами проходит в рамках указанного времени в описании каждого модуля. В случае нарушения тайминга (продолжение выполнения задания после окончания времени) приводит к аннуляции критерия, над которым работал конкурсант после окончания времени на выполнение модуля. В случае нарушения тайминга выступления слайды презентации, которые не успел презентовать конкурсант, к оценке не принимаются.

Модуль В «Проведение части рекламного тура» предусматривает «нестандартную ситуацию», которая одинаковая для всех конкурсантов. Во время презентации выполненного задания конкурсантом, другие конкурсанты находятся в комнате для конкурсантов и ожидают свою очередь для выступления. Выступление конкурсантов согласно жеребьевке. Конкурсантам, ожидающим свою очередь для презентации выполненного задания, запрещается использовать телефон (и иные средства связи), пользоваться интернетом и общаться с экспертом-наставником или иным лицом, аккредитованным на площадке. Конкурсанты на площадку для презентации модуля проходят в сопровождении волонтера. Конкурсанту, нарушившего правило, аннулируется выполняемый модуль.

К Модулю Г «Проведение переговоров с партнерами туроператора» применяются такие же правила во время выполнения второй части задания (проведение переговоров), как к Модулю В «Проведение части рекламного тура».

Экспертам-наставникам запрещено делать фотографии, видеозаписи и аудиозаписи конкурсантов во время выполнения заданий по модулю и презентаций.

Нахождение экспертов-наставников и иных аккредитованных лиц в рабочей и брифинг зонах (на рабочей площадке) конкурсантов во время оглашения легенды, выполнения задания по модулю или технического перерыва запрещается. В случае нарушения правила, конкурсанту эксперта-наставника, нарушившего правило, аннулируется выполняемый модуль.

Общение экспертов-наставников и конкурсантов во время выполнения заданий, технических перерывов не разрешается. Конкурсанту, нарушившего правило, аннулируется выполняемый модуль.

Во время выполнения модулей и технических перерывов конкурсантам запрещается использовать различные средства связи: личный ноутбук, планшет, смартфон, мобильный телефон, гарнитура, все типы наушников, «умные» наручные часы и т.п. Конкурсанту, нарушившего правило, аннулируется выполняемый модуль.

В случае нарушения конкурсантом Положения чемпионата и/или Положения об этики применяются санкции, указанные в Положениях Чемпионата, нарушение правил может повлечь отстранение от соревнований.

В случае нарушения экспертом-наставником Положении чемпионата и/или Положения об этики применяются санкции, указанные в Положениях Чемпионата. Некорректное или грубое поведение эксперта-наставника во время Чемпионата, его попытки вмешиваться в выполнение заданий конкурсантов и/или работу группы оценки фиксируются и составляется Протокол с решением об удалении данного эксперта-наставника вплоть до конца проведения соревнований.

В соответствии с Положением об этике поведения все участники (ГЭ, ТАП, эксперты, эксперты-наставник, конкурсанты) должны придерживаться делового стиля в одежде и в поведении, при общении и взаимодействии (в том числе в социальных сетях и при ведении официальной переписки по электронной почте и в мессенджерах), соблюдать правила этикета и хорошие манеры.

Все участники (ГЭ, ТАП, эксперты, эксперты-наставник, конкурсанты) Чемпионата обязаны соблюдать правила техники безопасности.

Легенды для выполнения заданий по модулям оглашает Главный эксперт. Во время непосредственного выполнения заданий по модулям на рабочей площадке конкурсантов находится Главный эксперт.

По окончанию каждого конкурсного дня конкурсант должен привести в порядок свое рабочее место.

**2.1. Личный инструмент конкурсанта**

Нулевой – нельзя ничего привозить.

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

Персональные средства связи: личный ноутбук, планшет, смартфон, мобильный телефон, гарнитура, все типы наушников, «умные» наручные часы и т.п.

Любые виды памяти (накопителей), в том числе и любых устройств с USB-разъемом.

Иное оборудование, не предусмотренное в ИЛ.

Во время выполнения задания на площадке конкурсантам запрещается использовать заранее подготовленные шаблоны или материалы (в электронном или печатном виде);

Не допускается использование паролей для доступа к электронным кабинетам или Интернет-ресурсам (личным или агентским), кроме тех, которые выдаются ГЭ для выполнения задания по модулю.

Главный эксперт может запретить использование любых предметов, материалов и оборудования, которые могут дать какому-либо конкурсанту несправедливое преимущество.

Использование запрещенных предметов во время соревнований и нарушений правил компетенции приводит к аннуляции выполненного модуля или модулей.

3. Приложения

Приложение 1. Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания

Приложение 2. Матрица конкурсного задания

Приложение 3. Инструкция по охране труда

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