



ВСЕРОССИЙСКОЕ
ЧЕМПИОНАТНОЕ
ДВИЖЕНИЕ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МАСТЕРСТВУ

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Туризм»

Регионального Чемпионата по профессиональному
мастерству «Профессионалы» 2025г.

_____Амурская область_____

2025 г

Конкурсное задание разработано экспертным сообществом и утверждено Менеджером компетенции, в котором установлены ниже следующие 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 |
| 1.1. Общие сведения о требованиях компетенции | 3 |
| 1.2. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «Туризм» | 3 |
| 1.3. Требования к схеме оценки | 10 |
| 1.4. Спецификация оценки компетенции..... | 10 |
| 1.5. Конкурсное задание | 13 |
| 1.5.1. Разработка/выбор конкурсного задания | 13 |
| 1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив) | 13 |
| 2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ..... | 22 |
| 2.1. Личный инструмент конкурсанта..... | 25 |
| 2.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке..... | 25 |
| 3. ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 26 |

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1. Общие сведения о требованиях компетенции

Требования компетенции «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 | 21,10 |
| | <i>Специалист должен знать и понимать:</i> <ul style="list-style-type: none">- средства и методы вербального и невербального общения;- методические приемы показа и рассказа;- техники публичных выступлений, рассказа, ответов на вопросы;- методы эффективного общения с коллегами;- функции, виды и структуру общения;- правила и нормы ведения деловых переговоров;- правила и нормы ведения деловой переписки; | |

| | | |
|----------|--|--------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>-принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг</p> | |
| | <p><i>Специалисту необходимо уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | 17,20 |
| | <p><i>Специалисту необходимо знать и понимать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - компоненты творческого мышления; - методы и принципы развития творческого мышления; - логические законы и правила; - законы эмпатии; - эмоциональный интеллект; - основы экологического мышления; - основы рефлексии <p>-показатели качества турпродукта -методы измерения показателей качества турпродукта</p> | |
| | <p><i>Специалисту необходимо уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - находить уникальные и креативные решения; - генерировать креативные 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; | |

| | | |
|----------|--|--------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 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 | 11,40 |
| | <p><i>Специалисту необходимо знать и понимать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 принятия решений. - особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; - методы изучения и анализа запросов потребителей; - основы разработки и принятия управленческих решений | |
| | <p><i>Специалисту необходимо уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, | |

| | | |
|----------|---|--------------|
| | <p>подкреплять их расчетами и результатами анализа деятельности предприятий туристской индустрии</p> <ul style="list-style-type: none"> -выбирать и применять оптимальные инструменты управления в профессиональной деятельности - понимать эмоции, мотивацию, намерения свои и других людей и управлять этим | |
| 4 | <p>Документация, прикладные и профессиональными программы</p> | 16,90 |
| | <p><i>Специалисту необходимо знать и понимать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | |
| | <p><i>Специалисту необходимо уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; | |

| | | |
|----------|--|--------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 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 | 16,60 |
| | <p><i>Специалисту необходимо знать и понимать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -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 предоставления 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 | |
| | <p><i>Специалисту необходимо уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -подбирать оптимальный набор туристских услуг в составе | |

| | | |
|----------|--|--------------|
| | <p>туристского продукта в соответствии с требованиями Заказчика;</p> <ul style="list-style-type: none"> -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 | <p>Технологии продвижения и реализации туристских продуктов</p> | 16,80 |
| | <p><i>Специалисту необходимо знать и понимать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>интернета</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. | |
| | <p><i>Специалисту необходимо уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 И |
|----------------------------------|---|-------|-------|-------|-------|------|---|
| Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ | 1 | 3,10 | 4,30 | 5,60 | 4,00 | 4,10 | 21,10 |
| | 2 | 6,60 | 1,10 | 2,70 | 5,20 | 1,60 | 17,20 |
| | 3 | 1,60 | 4,00 | 1,60 | 1,90 | 2,30 | 11,40 |
| | 4 | 4,60 | 0,00 | 6,20 | 6,10 | 0,00 | 16,90 |
| | 5 | 7,50 | 2,30 | 0,00 | 6,80 | 0,00 | 16,60 |
| | 6 | 0,60 | 6,30 | 9,90 | 0,00 | 0,00 | 16,80 |
| Итого баллов за критерий/ модуль | | 24,00 | 18,00 | 26,00 | 24,00 | 8,00 | 100,00 |

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 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 балльной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных |

| | | |
|----------|--|---|
| | | <p>очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;</p> <p>3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;</p> <p>4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров,</p> |
| Б | Продвижение туристского направления | <p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <p>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;</p> <p>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;</p> <p>3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;</p> <p>4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров</p> |
| В | Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура | <p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <p>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;</p> <p>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;</p> <p>3. комбинированные методы, включая метод</p> |

| | | |
|----------|--|---|
| | | <p>суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;</p> <p>4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров</p> |
| Г | Разработка индивидуальных туров | <p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <p>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;</p> <p>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 определённому показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;</p> <p>3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;</p> <p>4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров</p> |
| Д | Специальное задание | <p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <p>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;</p> <p>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 определённому показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;</p> <p>3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;</p> <p>4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров</p> |

1.5. Конкурсное задание

Общая продолжительность Конкурсного задания: **10 часов 40 минут**

Количество конкурсных дней: 3 дня

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

Оценка знаний конкурсанта проводится 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) -3модуля и вариативную часть – 2модуля. Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

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

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения.

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания(инвариант/вариатив)

Модуль А. Формирование и обоснование нового туристского продукта (инвариант)

Время на выполнение модуля: *2 часа 36 минут(2 часа 30 минут на формирование нового турпродукта; 6 минут на презентацию программы тура)*

Задание:

В соответствии с заданной темой конкурсант разрабатывает программу нового уникального туристского продукта.

Перед началом работы над модулем методом жребия из трех или более закрытых конвертов выбирается один из вариантов задания.

Конкурсант выделяет ключевые детали запроса; определяет и дает характеристику территории, по которой пройдет маршрут, указывает на

(клиентскую) аудиторию нового маршрута; определяет и обосновывает концепцию и уникальность нового туристского продукта; обосновывает регулярность и количество заездов, продолжительность и сезонность при организации путешествия; определяет соответствие целям, задачам, возрастным и иным характеристикам Заказчика средств размещения; предприятий питания; транспортных услуг; экскурсионного обслуживания и внепрограммных мероприятий по программе тура, а также дополнительных услуг, предложенных по маршруту путешествия; указывает на услуги по страхованию туристов, а также обосновывают требования безопасности на маршруте.

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

Конкурсант предоставляет информацию по программе турас использованием открытых актуальных источников.

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

Конкурсант в ходе презентации программы нового туристского продукта представляет и сдает экспертам в электронной форме **расчеты** себестоимости сформированного турпродукта и расчеты стоимости турпродукта на рынке.

Конкурсант готовит **аннотацию тура на русском и иностранном языках** и сдает ее в электронной форме экспертам на проверку. В ходе презентации нового турпродукта участник демонстрирует степень владения иностранным языком, представляя аннотацию программы тура.

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

Конкурсант готовит и представляет экспертам электронную

презентацию своего продукта, которая должна соответствовать стандартам оформления, предъявляемым к подобного рода инструментам и способам донесения информации до туриста.

Презентация разработанной программы тура проходит в открытом формате в присутствии экспертов и участников других команд.

Модуль Б. Продвижение туристского направления (инвариант)

Время на выполнение модуля: 2 часа 20 минут (2 часа 15 минут на разработку программы продвижения; 5 минут на презентацию программы продвижения)

Задания:

Конкурсанту заблаговременно (за 5 календарных дней до начала чемпионата (Д+1)) высылается на электронную почту для эффективной подготовки вся необходимая предварительная информация, а именно: наименование региона (регионов), субъектов РФ, для объектов туристской индустрии которых, необходимо будет разработать программу продвижения.¹

Перед началом работы над модулем методом жребия из двух или более закрытых конвертов выбирается один из вариантов задания.

Конкурсанту предлагается составить программу продвижения по определенному туристскому направлению (*локации*) в своем регионе (*домашнем регионе для конкурсанта*).

Конкурсант дает характеристику региона, дестинации (объекта продвижения) и ее инфраструктуры², выявляет основных конкурентов туристского направления (*локации*), определяет и обосновывает конкурентные преимущества туристского направления (*локации*), уникальность и стратегии позиционирования туристского направления (*локации*), целевую аудиторию

¹Список регионов не должен быть менее двух регионов, субъектов РФ, и не должен включать домашние регионы (субъекты РФ) конкурсантов чемпионата

² Под инфраструктурой туризма понимается комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, в том числе телекоммуникационной связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма и собственно туристов.

отношение целевой группы к сфере b2b, b2c, b2g, а также указывает на основной способ продвижения в соответствии с целевой аудиторией. Обязательным условием является обоснование и реалистичность выбора инструментов продвижения, а также наличие и реалистичность бюджета программы продвижения туристского направления (локации).

Конкурсанту необходимо разработать, представить и сдать экспертам план-график мероприятий по продвижению туристского направления (локации) с указанием этапов его реализации. Программа продвижения должна включать наиболее оптимальные online и offline инструменты продвижения.

Конкурсанту необходимо обратить внимание на обоснование использования среди инструментов продвижения событийных мероприятий, рассчитанных на массового туриста.

Конкурсанту необходимо определить сильные – слабые стороны туристского направления (объекта продвижения) по отношению к конкурентам, а также возможности и угрозы в развитии объекта продвижения. Данную информацию конкурсант представляет в виде пояснительной записки экспертам для проверки в формате документа WORD A4, 12 шрифтом TimesNewRoman, интервал полуторный.

Конкурсанту необходимо разработать и представить экспертам в электронной форме рекламный буклет как инструмент продвижения **событийного мероприятия**, который должен включать необходимую, полную и достоверную информацию. Буклет разрабатывается в формате Лифлет ЕВРО в 2 сложения, (в развороте А4) двухсторонний.

Конкурсант готовит электронную презентацию разработанной программы продвижения туристского направления и представляет ее экспертам для проверки.

Презентация разработанной программы продвижения туристского направления (локации) проходит в открытом формате в присутствии экспертов и участников других команд.

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

Время на выполнение модуля: 2 часа 41 минута (включая время на обработку заказа (5 минут), время на переговоры (6 минут), время на презентацию (6 минут), время на работу с возражениями (9 минут); время на подбор пакетного тура (2 часа 15 минут)

Задание:

Перед началом работы над модулем методом жребия из трех или более закрытых конвертов выбирается один из вариантов задания.

В соответствии с ранее проведенной жеребьевкой порядка выхода на собеседование с туристом, Конкурсант, приглашается в комнату для переговоров, где ему озвучивается для анализа специально подготовленная ситуация, в которой представлен запрос клиента на пакетный тур по определенным критериям. Конкурсанту представляется **5 минут** для изучения первичной заявки и подготовки к проведению переговоров.

По истечению 5 минут, конкурсанта предоставляется возможность обратиться к клиенту и задать уточняющие вопросы в ходе организации переговоров в режиме реального времени. Время, отведенное на переговоры, составляет **6 минут** для каждого конкурсанта. Переговоры проводятся однократно.

В ходе переговоров с туристом участник должен выявить базовые и индивидуальное потребности клиента по подбору пакетного тура в соответствии с нормами культуры делового общения и этики.

В соответствии с заказом клиента конкурсанта осуществляет подбор пакетного тура и оформляет программу обслуживания пакетного тура в течении **2 часов 15 минут**.

По заказу клиента конкурсанта обрабатывает и оформляет информацию в форме электронной презентации о стране и местах временного пребывания туристов, согласно программе тура, целях поездки в соответствии с видом туризма, ценовой категории и стоимости пакетного тура, о

страховании, визовом обслуживании, сроках и продолжительности поездки, составе и возрасте туристов, средствах размещения, условиях размещения и типах питания, переездах по маршруту и трансфере, информацию по рекомендуемым экскурсиям, досуге, развлечениях, а также представляет скриншот(ы) первого листа памятки стран посещения туристу с сайта ТО сформировавшего выбранный турпакет.

Необходимо отметить, что представленный участником комплекс услуг должен обязательно являться групповым пакетным в соответствии с запросом клиента.

В ходе обработки заказа клиента на пакетный тур конкурсант подбирает (не менее двух) однородных предложений по пакетным турам, учитывающих все запросы клиента на организацию отдыха. При обосновании выбора следует использовать актуальную информацию (скриншот с сайта туроператора) о наличии пакетного тура в системе бронирования «поиск/подбор/бронирование тура» с указанием набора основных услуги базовой стоимости.

В соответствии с запросом необходимо провести анализ и обоснование выбора основных конкурентных преимуществ одного из предлагаемых пакетных туров, наиболее соответствующих запросам клиента.

Информация в программе обслуживания по пакетному туру, должна сопровождаться ссылками на открытые актуальные источники.

Конкурсант оформляет и сдает в электронном виде экспертам заполненную заявку на бронирование из договора о реализации турпродукта между турагентом и клиентом(Приложение № 1) и Приложение № 2 к договору (договор о реализации турпродукта между турагентом и клиентом (Приказ Минэкономразвития России от 19.03.2019 года №135).

Заявка на бронирование (Приложение № 1) и Приложение № 2 должны быть заполнены в соответствии с представленным на презентации турпродуктом и данными туристов, полученными в результате переговоров с Заказчиком и предлагаемой документацией к шаблону договора.

Конкурсант фиксирует базовую стоимость туристского продукта, обязательные доплаты по пакетному туру и стоимость дополнительных услуг, приобретаемых клиентом. Конкурсант рассчитывает и представляет итоговую стоимость пакетного тура в иностранной валюте и в рублевом эквиваленте по текущему курсу туроператора, сформировавшего предлагаемый турпродукт, а также показывает прибыль турагентства в соответствии с базовой комиссией туроператора. Расчеты предоставляются экспертам.

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

По завершении отведенного на поиск и подбор пакетного тура и работы с документами конкурсанта приглашается в комнату переговоров, с необходимым оборудованием и выходом в Интернет, а также доступом к локальной папке конкурсанта, для презентации предложения. Общее время отведенной для каждого конкурсанта для презентации и работы над возражениями составляет **15 минут. Презентация не должна превышать 6 минут.**

Переговоры (презентация пакетного тура и работа с возражениями) проходят в интерактивной форме – форме диалога (переговоров, общения, собеседования) «менеджеров турагентства» (конкурсант) с «туристом» (экспертом, -ами оценки).

В процессе переговоров конкурсант доводит до сведения клиента основные параметры предлагаемого пакетного тура и альтернативного предложения. Во время общения «турист»-«менеджер турагентства» экспертами могут быть выдвинуты 2 возражения. Формулировка и суть возражения, определение его истинных и ложных причин, а также возможные сценарии (схемы) его преодоления, выдвигаются главным экспертом (или/и индустриальным экспертом), на основе электронной презентации предложенного пакетного тура. Текст возражения формулируется от первого лица – потенциального «туриста» того «турагентства», куда обращается

«клиент». Данное общение предполагает формат работы «онлайн».

Конечным результатом проведения презентации ответов на высказанные возражения должна стать готовность «туриста» (оценивающих экспертов) к «покупке тура» и «заключению договора о реализации турпродукта». Участник в ходе работы над возражениями туриста показать навыки стрессоустойчивого и конфликтоустойчивого поведения.

После окончания собеседования (презентации) конкурсант завершает работу над модулем, сдает рабочее место и покидает зону соревнований.

Модуль Г. Разработка индивидуальных туров (вариатив)

Время на выполнение модуля: 2 часа 36 минут часа (время на переговоры – 6 минут (включено в время работы над заданием); время на презентацию: 6 минут; время на формирование программы тура: 2 часа 30 минут)

Задание:

Перед началом работы над модулем методом жребия из трех или более закрытых конвертов выбирается один из вариантов задания.

Конкурсантам одновременно на рабочих местах озвучивается специально подготовленное задание, в котором представлены индивидуальные запросы клиента(клиентов).

После 5 минутот начала работы над модулем, Конкурсанту, в соответствии с ранее проведенной жеребьевкой порядка выхода на переговоры, предоставляется возможность **в течение 6 минут** обратиться к клиенту и задать уточняющие вопросы в ходе организации переговоров в режиме реального времени. Переговоры проводятся однократно.

В процессе работы над запросом туриста, Конкурсант выделяет ключевые детали индивидуального запроса клиента с учетом конкретных его пожеланий с целью максимального удовлетворения запросов и потребностей. На основе личных предпочтений клиентов, конкурсант, определяет, дает характеристику и указывает на особенности территории, по которой пройдет тур, разрабатывает и сдает экспертам персональную программу тура с указанием затрат времени. В

соответствии с первичной заявкой и информацией, полученной в результате переговоров, конкурсант, определяет: сроки и продолжительность путешествия, представляет и обосновывает логистику транспортных переездов и трансферов по туру, особенности, геолокацию и местоположение средств размещения, специфику режима организации питания, подбор событий/мероприятий, развлечений, экскурсионных объектов посещения и показа, сведения о дополнительных услугах.

Конкурсант обосновывает выбор транспортных средств по программе тура, условий размещения, обращая внимание на учет региональных (национальных) особенностей в организации питания по программе тура, дорожно-транспортную ситуацию, загруженность и состояние автодорог при планировании тайминга переездов по программе тура.

В ходе презентации конкурсант демонстрирует навыки работы по составлению общей карты-схемы, а также карт-схем ежедневных переездов по программе тура.

Конкурсант указывает на услуги по страхованию туристов, а также обосновывает требования безопасности на маршруте.

В соответствии с требованиями нормативно-правовых актов РФ, а также ГОСТа «Р 53522-2009: Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» конкурсант разрабатывает и **сдает экспертам памятку туристу**, которая должна содержать полную и достаточную и достоверную информацию о индивидуальном туре.

Конкурсанты рассчитывают и сдают экспертам подробные расчеты себестоимости турпродукта на всю группу и на одного человека и расчет стоимости турпродукта.

Конкурсант предоставляет информацию по программе тура с использованием открытых актуальных источников.

После завершения работы над модулем конкурсанты переходят в комнату участников. Далее, в соответствие с ранее проведенной жеребьевкой,

конкурсант переходит в комнату переговоров и проводит индивидуальную защиту разработанного турпродукта перед Заказчиком и экспертами.

Модуль Д. Специальное задание (вариатив)

Время на выполнение модуля: *1 час 6 минут (1 час работа над проектом; 6 минут на презентацию проекта (3 минуты на презентацию+3 минуты на вопросы экспертов)*

Задание:

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 публичной презентации и стрессоустойчивость. Особое значение имеет качество выступления, которое должен продемонстрировать участник, в ходе презентации проектной идеи.

В ходе выполнения специального задания конкурсанту 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 конкурсанта(ов).

По окончании публичной презентации оценивающие эксперты имеют право задать не менее 3-х вопросов конкурсанту. Если время ответов на вопросы завершилось, а вопрос был задан экспертом, то конкурсант имеет право ответа на этот вопрос. Время для презентации составляет **3 минуты**. Время, отведенное на вопросы от экспертов **3 минуты** (вопросы могут задавать эксперты, которые оценивают данный модуль и главный эксперт).

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ

Тип соревнования: индивидуальный.

Чемпионат по компетенции «Туризм» - это индивидуальные соревнования в области туристской деятельности. Конкурсант работает над реализацией запросов туристов, каждый день решая различные конкурсные задачи. Конкурсант работает 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 конкурсному чемпионату на момент начала работы над модулем. Для выполнения каждого модуля во время чемпионата предлагаются четкие временные рамки.

Задания для работы на площадке для конкурсантов представляют собой единый для всех конкурсантов кейс(задание) в форме запроса клиента (клиентов).

Для модулей А,Б, В,Гразрабатываются не менее трех вариантов заданий. Один из конвертов с подготовленными заданиями выбирается методом случайной выборки перед началом работы над модулем.

Для модуля Вво второй части работы над модулем (работас возражениями) предусматриваются уникальные для разных конкурсантов задания.

Для модуля Бпредусмотрено домашнее задание.

При получении задания по модулю Дконкурсанты задают вопросы на уточнение и понимания сути задания, а также отвечают на вопросы экспертов в отведённое для этого время. По другим модулям(если это не предусмотрено заданием), вопросы перед началом/завершением выполнения заданияне предусмотрены.

Презентация наработок по модулям В и Г проходит без участников других команд в зоне переговоров. По другим модулям присутствие во время презентации участников других команд и экспертов не запрещается.

Запрещается общение конкурсантов и экспертов-наставников в рабочей зоне, в комнате переговоров и комнате участников при выполнении модуля В.

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения.

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

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 конкурсанты 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 конкурсанта соревнований, приведшие к нарушению Регламента чемпионата и Кодекса этики, были совершены осознанно и преднамеренно, к нему применяются следующие санкции:

- Обнаружение у конкурсанта на площадке запрещенных средств связи приводит к отстранению от соревнований.
- Обнаружение у конкурсанта на площадке любых видов памяти (накопителей), в том числе и любых устройств с USB-разъемом, приводит к отстранению конкурсанта от соревнований.
- Запрещается пользоваться почтовыми и социальными серверами (за исключением тех вариантов, когда это указано в задании к модулю), запороленными сайтами, нейросетями и искусственным интеллектом, и другим, не предусмотренными ИЛ, программным обеспечением.

Конкурсант, нарушивший правила поведения/правила ОТ на чемпионате и чье поведение мешает процедуре проведения чемпионата, получает предупреждение с занесением в протокол нештатных ситуаций. После повторного предупреждения конкурсант удаляется с площадки, а Главный эксперт вносит соответствующую запись в протоколе.

В случае некорректного или грубого поведения эксперта-наставника, его попыток вмешиваться в работу оценивающей группы и других нарушениях этики, такие нарушения фиксируются и составляется протокол с решением об удалении данного эксперта 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 конкурсантов, необходимо предъявить Экспертам. Жюри имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции «Туризм», или же могут дать конкурсантам несправедливое преимущество.

Главный эксперт имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции «Туризм», или же

могут дать конкурсанту несправедливое преимущество. Использование данных предметов во время соревнований приводит к штрафным санкциям, вплоть до дисквалификации конкурсантов.

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

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

3. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Инструкция по заполнению матрицы конкурсного задания;

Приложение 2. Матрица конкурсного задания;

Приложение 3. Инструкция по охране труда