

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
регионального этапа Всероссийского чемпионатного движения по
профессиональному мастерству «Профессионалы»
Санкт-Петербург 2023 г.
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
1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ	3
1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ТУРИЗМ»	3
1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ	11
1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ	12
1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ.....	14
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ.....	17
2.1. ЛИЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОНКУРСАНТА.....	20
2.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ.....	20
3. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	20

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%

	<p>- Специалист должен знать и понимать:</p> <p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <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; - 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. 	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</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.	
	Творчество и качество турпродукта	14,05%
	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</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; -показатели качества турпродукта; -методы измерения показателей качества турпродукта. 	
2	<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	
	Менеджмент и аналитика	11,10%
3	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы стратегического планирования; - ключевые показатели статистики туризма; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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>Специалисту необходимо уметь:</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, 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. 	
	Документация, прикладные и профессиональными программы	21,90%
4	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы документооборота туристских организаций; 	

	<ul style="list-style-type: none"> -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>Специалисту необходимо уметь:</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; - оформлять технологическую документацию. в том числе для сертификации турпродукта; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	
	<p>Технологии разработки и формирования туристских продуктов</p>	12,55%
5	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</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; 	

	<p>- особенности формирования туристских продуктов и услуг для отдельных категорий граждан.</p>	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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. 	
	<p>Технологии продвижения и реализации туристских продуктов</p>	17,15%
6	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии продвижения туристских продуктов и услуг; - инструменты продвижения туристских продуктов и услуг; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</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; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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		А	Б	В	Г	
	1	8,50	4,30	5,35	5,10	23,25
	2	0,00	8,30	3,35	2,40	14,05
	3	0,15	1,85	5,60	3,50	11,10
	4	12,50	9,40	0,00	0,00	21,90
	5	0,00	10,55	2,00	0,00	12,55
	6	6,85	0,60	9,70	0,00	17,15
Итого баллов за критерий/модуль		28,00	35,00	26,00	11,00	100

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 определённому показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев; 3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров,
Б	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

		<p>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	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>
Г	Специальное задание	<p>Используется методика применения судейских оценок.</p> <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;</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, а также чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев;</p> <p>3.комбинированные методики, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;</p>

		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.
--	--	--

1.5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Возрастной ценз: 14 лет и более

Общая продолжительность Конкурсного задания¹: 14 часов.

Количество конкурсных дней: 3 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) – 3 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 Б разрабатываются не менее трех вариантов заданий. Кейсы (задания) выбираются методом случайной выборки и выдаются участникам и экспертам перед началом выполнения модуля.

По модулю В «Продвижение туристского направления» заблаговременно (за 7 (семь) календарных дней до начала чемпионата (С+1)) высылаются 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. К объектам туристской индустрии могут относиться: туристские продукты, туристские ресурсы, туристские центры и др.

¹ Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом.

согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (4 октября 1996 года с изменениями на 08 июня 2020 года).

Один из конвертов с подготовленным заданием, в котором указан объект туристской индустрии по одной из ранее предложенных локаций (регионов), выбирается методом случайной выборки перед началом работы над модулем.

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

Таблица №4

Матрица конкурсного задания

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

1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)

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

Время на выполнение модуля: 3 часа 15 минут

Задания: 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; оформляют и сдают экспертам коммерческое предложение на поездку, а также заполняют и сдают договор о реализации турпродукта между турагентом и клиентом.

Конкурсантам в ходе работы над запросом клиента проводят переговоры с Заказчиком. Конкурсанты составляют и сдают экспертам калькуляцию стоимости туристского продукта. Конкурсанты готовят электронную презентацию подобранного в соответствии с заказом пакетного тура.

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

Время на выполнение модуля: 3 часа 15 минут

Задания: Участники разрабатывают программу нового уникального туристского продукта, выделяя при этом: ключевые детали запроса; определяя соответствие целям, задачам, возрастным и иным характеристикам Заказчика средств размещения, предприятий питания, транспортных услуг, экскурсионного обслуживания, дополнительных услуг, предложенных по маршруту путешествия., в том числе услуги по страхованию туристов; обосновывают требования безопасности на маршруте.

Участники проводят расчеты себестоимости сформированного турпродукта и расчеты стоимости турпродукта на рынке, оформляют и сдают экспертам технологическую карту и аннотацию к разработанному маршруту программы туристского маршрута на русском и иностранном (английском) языке.

Конкурсанты готовят электронную презентацию разработанного уникального турпродукта.

Модуль В. Продвижение туристского направления (инвариант)

Время на выполнение модуля: 3 часа 15 минут

Задания: Участникам предлагается составить программу продвижения по определенному туристскому направлению (локации) в своем регионе (домашнем регионе для участников), которая должна содержать: характеристику региона, дестинации и ее инфраструктуры, основных конкурентов, уникальность и стратегию позиционирования туристского направления (локации), целевую аудиторию, основной способ продвижения, а также план-график мероприятий по

продвижению туристского направления (локации) с указанием этапов его реализации инструментов продвижения и бюджета.

Конкурсантам необходимо провести SWOT-анализ туристского направления (локации), разработать рекламный проспект событийного или рекламно-информационного мероприятия, его логотип и слоган. Конкурсанты готовят электронную презентацию разработанной программы продвижения туристского направления.

Модуль Г. Специальное задание (вариатив)

Время на выполнение модуля: 2 часа .

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 предлагается задать не менее двух уточняющих вопросов по заданию в письменной форм. По окончании публичной презентации оценивающие эксперты имеют право задать не менее 3-х вопросов конкурсантам.

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.

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ²

Тип соревнования: командный

Количество конкурсантов в команде: 2 чел.

² Указываются особенности компетенции, которые относятся ко всем возрастным категориям и чемпионатным линейкам без исключения.

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/UhmxxvmfydfqUng>

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 Реквизиты Заказчика (Модуль А)

<https://disk.yandex.ru/i/lhBzEBETk-ZqA>

Приложение №7 Шаблон Технологическая карта

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