

СОГЛАСОВАНО:

Главный эксперт: Горелая Л.В.

\_\_\_\_\_

СОГЛАСОВАНО:

Индустриальный партнер: ООО «ТРАВЕЛ СЕРВИС»,  
генеральный директор,  
Рипа Светлана Владимировна



## КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«Туризм»

для регионального этапа Чемпионата по профессиональному  
мастерству

2023 г.

# 1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

## 1.1 Общие сведения о требованиях компетенции

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

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

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

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

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

## 1.2 Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции «Туризм»

Таблица №1

### Перечень профессиональных задач специалиста

№ п/п	Раздел	Процент
1	<b>Коммуникация и публичные выступления</b>	24%
	- Специалист должен знать и понимать: Специалисту необходимо знать и понимать: - средства и методы вербального и невербального общения; - методические приемы показа и рассказа; - техники публичных выступлений, рассказа, ответов на вопросы; - основы взаимодействия в команде, обеспечения ее сплоченности;	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы эффективного общения с коллегами;</li> <li>- функции, виды и структуру общения;</li> <li>- правила и нормы ведения деловых переговоров;</li> <li>- правила и нормы ведения деловой переписки;</li> <li>- основы межкультурной коммуникации;</li> <li>- основы языковой коммуникации;</li> <li>- иностранный язык, английский, средний уровень;</li> <li>- правила публичной презентации и самопрезентации;</li> <li>- основы клиенто-ориентированного взаимодействия;</li> <li>- правила и нормы работы с возражениями.</li> </ul> <p>-принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг</p>	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в различных ситуациях общения;</li> <li>- соотносить средства вербального и невербального общения в процессе коммуникации;</li> <li>- применять индивидуальные коммуникационные навыки при решении совместных задач;</li> <li>- оценивать результаты совместного общения;</li> <li>- согласовывать свои действия, мнения, установки с потребностями собеседников;</li> <li>- осуществлять внутренне и внешние профессиональные коммуникации;</li> <li>- проводить деловые переговоры с Заказчиком;</li> <li>- вести деловую переписку;</li> <li>- строить сеть контактов с людьми;</li> <li>- презентовать себя и свои идеи</li> <li>- взаимодействовать с поставщиками туристских услуг</li> <li>-выявлять и определять потребности Заказчика</li> </ul>	
	<b>Творчество и качество турпродукта</b>	16%
2	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- компоненты творческого мышления;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и принципы развития творческого мышления;</li> <li>- логические законы и правила;</li> <li>- законы эмпатии;</li> <li>- эмоциональный интеллект;</li> <li>- основы экологического мышления;</li> <li>- основы рефлексии</li> <li>-показатели качества турпродукта</li> <li>-методы измерения показателей качества турпродукта</li> </ul>	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить уникальные и креативные решения;</li> <li>- генерировать креативные совместные идеи в процессе разработки турпродукта;</li> <li>- осуществлять подбор уникальных туристских услуг в составе туристского продукта;</li> <li>- создавать принципиально новые идеи, отклоняющиеся от традиционных или принятых схем мышления;</li> <li>- критично и взвешенно подходить к переработке и потреблению информации;</li> <li>- применять логические законы и правила (закон тождества, противоречия и достаточного основания) в организации работы и презентации результатов работы;</li> <li>- умение вовремя и с максимальной пользой удовлетворять потребности и желания туристской аудитории;</li> <li>- осознанно относиться к происходящим событиям без вреда для себя и окружающих;</li> <li>- создавать оригинальные и современно оформленные электронные презентации</li> <li>- собирать и структурировать в презентациях весь необходимый массив информации</li> </ul>	
	<b>Менеджмент и аналитика</b>	8%
3	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы стратегического планирования;</li> <li>- ключевые показатели статистики туризма;</li> <li>- основные формы статистической отчетности;</li> <li>- инструменты статистического анализа;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы и принципы планирования;</li> <li>- виды и методы планирования;</li> <li>- этапы и методы принятия решений.</li> <li>- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;</li> <li>- методы изучения и анализа запросов потребителей;</li> <li>- основы разработки и принятия управленческих решений</li> </ul>	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять обработку статистических данных;</li> <li>- проводить исследование рынка туристских услуг;</li> <li>- анализировать рынок туристских услуг на основе информации, полученной из различных источников;</li> <li>- планировать результаты профессиональной деятельности;</li> <li>- самостоятельно, осознанно анализировать свои поступки, поведение, деятельность.</li> <li>- систематизировать и анализировать проведенные маркетинговые исследования</li> <li>- анализировать и оценивать эффективность проведенной рекламной кампании;</li> <li>- формировать комплексную стратегию продвижения туристского продукта или объекта туристской индустрии</li> <li>- выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации</li> <li>- анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам;</li> <li>- обосновывать принимаемые управленческие решения, подкреплять их расчетами и результатами анализа деятельности предприятий туристской индустрии</li> <li>- выбирать и применять оптимальные инструменты управления в профессиональной деятельности</li> <li>- понимать эмоции, мотивацию, намерения свои и других людей и управлять этим</li> </ul>	
4	<b>Документация, прикладные и профессиональными программы</b>	24,50%
	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы документооборота туристских организаций;</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>-основные формы статистической отчетности;</li> <li>- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;</li> <li>- правила и порядок оформления туристской документации</li> <li>- правила и особенности оформления визовых документов;</li> <li>- особенности оформления документов туристов для получения паспортов;</li> <li>- порядок и правила заполнения договора о реализации туристского продукта;</li> <li>- правила оформления коммерческого предложения;</li> <li>- знать регламенты, стандарты, и нормативно-техническую документацию, применяемую в работе туристских организаций;</li> <li>- базовые профессиональные программы;</li> <li>- особенности работы с прикладными офисными программами</li> <li>- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию;</li> <li>- особенности работы с профессиональными системами бронирования и резервирования;</li> <li>- методы и способы поиска информации на официальных сайтах туристских организаций.</li> <li>- правила оформления документов при взаимодействии с консульскими и государственными учреждениями и страховыми компаниями</li> <li>-требования российского законодательства в сфере туризма</li> <li>-нормативно-правовое обеспечение формирования туристских услуг и туристского продукта</li> </ul>	
<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заполнять договор о реализации туристского продукта;</li> <li>- заполнять визовые документы в соответствии с действующими нормами и правилами;</li> <li>- использовать современные информационно-коммуникационные технологии при подготовке документов;</li> <li>- применять и использовать регламенты; стандарты и нормативно-техническую документацию, применяемую в работе туристских организаций;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оформлять технологическую документацию. в том числе для сертификации турпродукта;</li> <li>- оформлять и обрабатывать возражения и претензии к качеству туристского продукта или туристской услуги;</li> <li>- работать с прикладными офисными программами</li> <li>- работать со специализированными туристскими информационными системами;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на сайтах-агрегаторах туристских продуктов и услуг;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на официальных сайтах туроператорских организаций;</li> <li>- работать со специализированными системами бронирования туров туристских организаций.</li> <li>- оформлять необходимый комплект документов при реализации туристского продукта;</li> <li>- работать с GDS и ADS системами</li> <li>-составлять карты-схемы туристских маршрутов</li> <li>-методы использования информационных технологий в продвижении туристских услуг и продуктов</li> </ul>	
	<p><b>Технологии разработки и формирования туристских продуктов</b></p>	16,5%
5	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методику работы со справочными и информационными материалами по регионоведению, страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</li> <li>-основные правила и методику формирования туристских продуктов;</li> <li>-методики расчета стоимости основных и дополнительных услуг в составе туристских продуктов;</li> <li>-особенности обеспечения безопасности в сфере туризма;</li> <li>-особенности и характеристики туристских ресурсов и инфраструктуры регионов;</li> <li>-визовые, таможенные, страховые формальности;</li> <li>-основы ценообразования в туристской деятельности;</li> <li>- особенности и правила предоставления транспортных услуг</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности и правила предоставления услуг предприятиями питания;</li> <li>- особенности и правила предоставления экскурсионных услуг</li> <li>- особенности и правила предоставления услуг по размещению туристов;</li> <li>- особенности формирования туристских продуктов и услуг для отдельных категорий граждан</li> </ul>	
<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-подбирать оптимальный набор туристских услуг в составе туристского продукта в соответствии с требованиями Заказчика;</li> <li>-проводить маркетинг существующих предложений от действующих туроператоров;</li> <li>-оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт;</li> <li>-рассчитывать сроки, продолжительность, сезонность туристских маршрутов;</li> <li>-составлять карты-схемы туристских маршрутов;</li> <li>-взаимодействовать с поставщиками туристских услуг;</li> <li>-рассчитывать себестоимость и стоимость вновь сформированного туристского продукта или услуг;</li> <li>-формировать туристские продукты с учетом фактора сезонности;</li> <li>-применять методы и принципы ценообразования при формировании туристского продукта;</li> <li>-осуществлять подбор и бронирование транспортных услуг в соответствии с требованиями Заказчика;</li> <li>-осуществлять подбор и бронирование средств размещения и условий проживания в соответствии с требованиями Заказчика;</li> <li>-осуществлять подбор и бронирование услуг по организации питания в соответствии с требованиями Заказчика</li> <li>-осуществлять подбор и бронирование экскурсионных услуг в соответствии с требованиями Заказчика</li> <li>-осуществлять подбор и бронирование дополнительных услуг в соответствии с требованиями Заказчика</li> <li>-использовать и применять правила и нормы обеспечения безопасности в профессиональной деятельности и в организации отдыха туризма</li> </ul>	

	-применять и обеспечить соответствие ГОСТов при формировании туристского продукта	
	<b>Технологии продвижения и реализации туристских продуктов</b>	11%
6	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегии продвижения туристских продуктов и услуг;</li> <li>- инструменты продвижения туристских продуктов и услуг;</li> <li>- методы использования информационных технологий в продвижении туристского продукта;</li> <li>- основы рекламы;</li> <li>- SMM инструменты продвижения туристских продуктов;</li> <li>- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;</li> <li>- особенности и способы участия в выставках туристской направленности;</li> <li>- основы медиапланирования;</li> <li>- виды поисковых запросов пользователей в поисковых системах интернета</li> <li>- принципы функционирования современных социальных медиа</li> <li>- особенности использования SEO при продвижении туристских продуктов;</li> <li>- особенности формирования и стимулирования каналов сбыта;</li> <li>- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;</li> <li>- особенности и правила формирования сбытовой сети в туризме.</li> </ul>	
	<p>Специалисту необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определять ключевые цели рекламной кампании</li> <li>- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей рекламной кампании</li> <li>- использовать современную систему оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования;</li> <li>- разрабатывать концепции продвижения туристского продукта с использованием современных технологий;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать и применять оптимальные технологии продаж и контроля качества услуг в туристской деятельности;</li> <li>- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов;</li> <li>- реализовывать целостную стратегию привлечения и удержания клиентов;</li> <li>- запускать и оптимизировать рекламные кампании;</li> <li>- формировать план продвижения с учетом поставленных целей и задач</li> <li>- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения</li> <li>- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание</li> <li>- рассчитывать бюджет продвижения туристского продукта и услуг;</li> <li>- определять и варьировать способы и каналы продвижения туристского продукта</li> <li>- составлять полнофункциональные брифы с целью дальнейшего сотрудничества с рекламными компаниями</li> <li>- участвовать в выставках и ярмарках туристской направленности;</li> <li>- формировать и использовать механизмы стимулирования каналов сбыта;</li> <li>- использовать каталоги и ценовые приложения;</li> <li>- выбирать оптимальный туристский продукт;</li> <li>- формировать агентские сети</li> </ul>	
--	---	--

### 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.

## Матрица пересчета требований компетенции в критерии оценки

Критерий/Модуль								Итого баллов за раздел ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ
Разделы ТРЕБОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИИ		А	Б	В	Г	Д	Е	
	1	6,10	2,90	3,0	3,7	4,3	4,00	24,00
	2	0,00	2,50	5,80	0,70	5,3	1,70	16,00
	3	0,10	0,60	1,30	2,20	1,50	2,30	8,00
	4	9,20	0,00	7,10	2,10	6,10	0,00	24,50
	5	0,00	0,00	7,40	1,30	7,80	0,00	16,50
	6	4,60	0,00	0,40	6,00	0,00	0,00	11,00
Итого баллов за критерий/модуль		20,00	6,00	25,00	16,00	25,00	8,00	100

## 1.4 Спецификация оценки компетенции

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

## Оценка конкурсного задания

Критерий	Методика проверки навыков в критерии
А  Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура	Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики: 1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; разработки и оформления документов в соответствии с предъявляемыми требованиями; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования. оценка производится с использованием любых критериев;

		<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	Работа с возражениями туриста	<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	Формирование и обоснование нового туристского продукта	<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</p>

		<p>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	Продвижение туристского продукта	<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	Разработка программы тура по заказу клиента	<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»,</p>

		<p>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>
Е	<p>Специальное задание</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; 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>

## 1.5 Конкурсное задание

Общая продолжительность Конкурсного задания<sup>1</sup>: 17 часов 30 минут.

Количество конкурсных дней: 3 дня

Конкурсное задание 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.

<sup>1</sup> Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одной командой.

### 1.5.1 Выбор конкурсного задания

Конкурсное задание состоит из 6 модулей (4 модуля инвариант и 2 модуля вариатив). Общее количество баллов конкурсного задания составляет 100.

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

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения.

Таблица №4

**Матрица конкурсного задания**

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

### 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 30 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. Конкурсанты 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. Работа с возражениями туриста (инвариант)**

Время на выполнение модуля: 2 часа

**Задания:** в данном модуле имитируется обработка возражений клиента на предложенный вариант пакетного тура. Роль «клиента-туриста» играет группа оценивающих экспертов, роль «менеджеров турагентства» – конкретная команда участников соревнований. Работа и оценка команды по преодолению возражений проходит в интерактивной форме.

Участникам дается возможность в течении 30 (тридцати) минут подготовиться к встрече с «туристом», в роли которого выступает оценивающие эксперты. После окончания «подготовительного этапа» работы с возражениями «туриста» участники приглашаются на собеседования с «туристом».

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

Время на выполнение модуля: 3 часа 30 минут

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

Конкурсанты: выделяют ключевые детали запроса; определяют соответствие целям, задачам, возрастным и иным характеристикам Заказчика средств размещения; предприятий питания; транспортных услуг; экскурсионного обслуживания; дополнительных услуг, предложенных по маршруту путешествия; указывают на услуги по страхованию туристов, а также обосновывают требования безопасности на маршруте. Участники проводят расчеты себестоимости сформированного турпродукта и расчеты стоимости турпродукта на рынке, а также оформляют технологическую карту маршрута. Конкурсанты готовят аннотацию тура на русском и иностранном языке, а также готовят электронную презентацию разработанного турпродукта. Конкурсанты готовят электронную презентацию разработанного уникального турпродукта.

## **Модуль Г. Продвижение туристского продукта (инвариант)**

Время на выполнение модуля: 3 часа

**Задания:** участникам предлагается составить программу продвижения существующего на рынке турпродукта или «линейки» туристских продуктов. Конкурсанты разрабатывают программу продвижения в своем регионе( субъекте Российской Федерации), дают характеристику и обосновывают основные преимущества компании-разработчика данного турпродукта и самого турпродукта, выявляют его прямых и косвенных конкурентов с указанием на турпродукта, определяют и обосновывают важность и полноту целевой аудитории и ядра целевой аудитории, указывают на основные способы продвижения турпродукта и стратегии позиционирования турпродукта.

Конкурсанты разрабатывают и сдают экспертам план-график мероприятий по продвижению туристского продукта с использованием инструментов продвижения с указанием этапов реализации и бюджета.

Участники заполняют и сдают экспертам бриф (задание) для рекламного агентства, занимающегося продвижением туристских продуктов. Конкурсанты готовят электронную презентацию разработанной программы продвижения турпродукта.

## **Модуль Д. Разработка программы тура по заказу клиента (вариатив)**

Время на выполнение модуля: 3 часа 30 минут

**Задания:** участникам демонстрируется специально подготовленное задания, в котором представлены индивидуальные запросы клиента (клиентов).

Конкурсанты в ходе переговоров с Заказчиком выделяют ключевые детали индивидуального запроса клиента с учетом конкретных его пожеланий с целью максимального удовлетворения запросов и потребностей, обосновывают выбор транспортных средств по программе тура, условий размещения, экскурсионного обслуживания, организации питания туристов и т.д.

Конкурсанты указывают на услуги по страхованию туристов, а также обосновывают требования безопасности на маршруте, производят расчеты себестоимости и стоимости турпродукта. Конкурсанты разрабатывают и сдают

экспертам рекламный буклет тура, который должна включать необходимую, полную и достоверную информацию о туристском продукте. Буклет представляется экспертам в формате «Лифлет ЕВРО» в 2 сложения, (в развороте А4) двухсторонний.

Конкурсанты готовят аннотацию тура на русском и иностранном языке, а также готовят электронную презентацию разработанного турпродукта по заказу клиента.

### **Модуль Е. 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 КОМПЕТЕНЦИИ<sup>2</sup>

Тип соревнования: командный

Количество конкурсантов в команде: 2 чел.

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

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

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

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

---

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

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

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

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

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

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

Не допускается видоизменение задания по ходу его выполнения.

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

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

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

Дополнительные профессиональные требования к конкурсантам не предъявляются.

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

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

### **Штрафные санкции.**

Если становится очевидно, что действия участника соревнований, приведшие к нарушению Регламента чемпионата и Кодекса этики, были

совершены осознанно и преднамеренно, к нему применяются следующие санкции:

- Обнаружение у участника на площадке запрещенных средств связи приводит к отстранению от соревнований.
- Обнаружение у участника на площадке любых видов памяти (накопителей), в том числе и любых устройств с USB-разъемом, приводит к отстранению участника от соревнований.
- Запрещается пользоваться почтовыми серверами (за исключением тех вариантов, когда это указано в задании к модулю).
- Участник, нарушивший правила поведения/правила ОТ и ТБ на чемпионате и чье поведение мешает процедуре проведения чемпионата, получает предупреждение с занесением в протокол нештатных ситуаций. После повторного предупреждения участник удаляется с площадки, а Главный эксперт вносит соответствующую запись в протоколе.
- В случае некорректного или грубого поведения 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**

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.

Главный эксперт имеет право запретить использование любых предметов, которые будут сочтены не относящимися к компетенции «Туризм», или же дающими 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 устройств, имеющих память или usb-порт. Использование участником на площадке мобильного телефона приводит к наказанию (-5 баллов) или дисквалификации команды.

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

### **3. ПРИЛОЖЕНИЯ**

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

Приложение №2 Матрица конкурсного задания

[https://disk.yandex.ru/i/Hwo\\_Xvc87H6nng](https://disk.yandex.ru/i/Hwo_Xvc87H6nng)

Приложение №3 Критерии оценки <https://disk.yandex.ru/i/ai9v6gpRFczUFg>

Приложение №4 Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции «Туризм» <https://disk.yandex.ru/i/0RPWcC7r8cf7xQ>