



ВСЕРОССИЙСКОЕ
ЧЕМПИОНАТНОЕ
ДВИЖЕНИЕ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МАСТЕРСТВУ

КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ «Туризм» Юниоры

Региональный Чемпионат по профессиональному
мастерству «Профессионалы» 2025

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.....	2
1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХ КОМПЕТЕНЦИИ.....	2
1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «Туризм»	2
1.3. ТРЕБОВАНИЯ К СХЕМЕ ОЦЕНКИ	8
1.4. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ	9
1.5.2. Структура модулей конкурсного задания (инвариант/вариатив)	12
2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ	15
2.1. Личный инструмент конкурсанта.....	18
3. Приложения	19

1.ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯКОМПЕТЕНЦИИ

1.1ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ТРЕБОВАНИЯХКОМПЕТЕНЦИИ

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХЗАДАЧ СПЕЦИАЛИСТА ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ТУРИЗМ»

Таблица №1

Перечень профессиональных задач специалиста

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	Коммуникация и публичные выступления	27,00
	Специалисту необходимо знать и понимать: - 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; - 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	15,70
	<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 <p>-показатели качества турпродукта -методы измерения показателей качества турпродукта</p>	
2	<p>Специалисту необходимо уметь:</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; - 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	10,50
	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</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 	
3	<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 <ul style="list-style-type: none"> - 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	14,20
4	<p>Специалисту необходимо знать и понимать:</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; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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 	
	Технологии разработки и формирования туристских продуктов	13,90
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; 	

	<ul style="list-style-type: none"> -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>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 	
6	Технологии продвижения и реализации туристских продуктов	18,70

<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; - 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 - 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; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - 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	1	А	Б	В	Г	
		11,9	4,40	5,60	5,10	27,00
		0,00	10,10	3,60	2,00	15,70
		0,20	2,50	4,90	2,90	10,50
		8,10	6,10	0,00	0,00	14,20
		0,00	11,20	2,70	0,00	13,90
		9,80	0,70	8,20	0,00	18,70
Итого баллов за критерий/модуль		30,00	35,00	25,00	10,00	100

1.4 СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

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

Таблица №3

Оценка конкурсного задания

	Критерий	Методика проверки навыков в критерии
А	Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура	<p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <ol style="list-style-type: none">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;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;комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров,
Б	Формирование и обоснование нового туристского продукта	<p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <ol style="list-style-type: none">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;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;комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания;для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих

		<p>примеров,</p> <p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; разработки и оформления документов в соответствии с предъявляемыми требованиями; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев; 3. комбинированные методы, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров,
В	Продвижение туристского направления	<p>Используется методика применения судебных оценок.</p> <p>Для оценки выполнения заданий по модулю используются методики:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. качественной оценки, определяющие качество работы без его количественного выражения. В том числе с использованием методов эталона, системы произвольных характеристик, метода групповой (устной и письменной) дискуссии; метод моделирования; 2. количественной оценки. Прежде всего с использованием метода бальной оценки, т.е. присвоение заранее установленных баллов за каждый элемент работы с последующим определением общего уровня в виде набранных очков. В том числе с использованием метода прямого ранжирования по определённым показателю, а также чередующего ранжирования, оценка производится с использованием любых критериев; 3. комбинированные методики, включая метод суммированных оценок, рационального распределения времени «т.е. работа на время по таймингу», запланированного для каждого этапа разработки задания; 4. для оценки софт-навыков, в том числе, используются методы проективных вопросов, в том числе методы формулировать уточняющие вопросы по специальному заданию, формулировать доводы и обоснованные аргументы в ответ на вопросы экспертов, адаптивного сравнения, поведенческих примеров.
Г	Специальное задание	

1.5 КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Возрастной ценз: юниоры.

Общая продолжительность Конкурсного задания¹: 10 часов, 36 минут.

Количество конкурсных дней: 3 дня.

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать 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 (ссылка на ЯндексДиск с матрицей, заполненной в Excel)

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).

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 Указывается суммарное время на выполнение всех модулей КЗ одним конкурсантом

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 6 минут на участника): 3 часа выполнение модуля +5 мин. перерыв (+6 минут презентация на каждого участника).

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

Задания:Участнику 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 участник осуществляет подбор пакетного тура и оформляет программу обслуживания пакетного тура.

В процессе выполнения задания участник заполняет и сдает заявку на бронирование из договора о реализации турпродукта между турагентом и клиентом, а также составляет и сдает экспертам калькуляцию стоимости туристского продукта.

Конкурсант в ходе работы над запросом клиента проводит переговоры с Заказчиком. Очередность выхода на переговоры определяется путем проведенной жеребьевки перед началом выполнения модуля А. Переговоры с Заказчиком начинаются через 10 минут после начала выполнения Модуля А. и заканчиваются за 15 минут до окончания выполнения Модуля А. Время на переговоры для одного участника– 4 минуты.

Конкурсант готовит и представляет Заказчику электронную презентацию выбранного в соответствии с заказом пакетного тура.

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

Время на выполнение модуля (3 часа 6 минут на участника): 3 часа выполнение модуля +6 мин. перерыв (+6 минут презентация на каждого участника).

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

Задания: участник разрабатывает 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. Конкурсант обосновывает требования безопасности на маршруте.

Участник проводит расчеты себестоимости сформированного турпродукта, оформляет и сдает аннотацию к разработанному маршруту на русском и иностранном (английском) языке.

Конкурсант готовит электронную презентацию разработанного уникального турпродукта.

Модуль В. Продвижение туристского направления (инвариант)

Время на выполнение модуля (2 часа 35 минут на участника): 2 часа 30 минут +5 мин технический перерыв (+6 минут презентация на каждого участника).

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

Задания: Участнику заблаговременно (за 5 календарных дней до начала чемпионата (С+1)) высылается на электронную почту для эффективной подготовки вся необходимая предварительная информация, а именно: наименование не более 2 регионов, субъектов РФ, для объектов туристской индустрии которых, необходимо будет разработать программу продвижения.

В процессе работы над заданием, участнику предлагается составить программу продвижения определенной туристской локации в своем регионе (домашнем регионе для участников), которая должна содержать: характеристику региона, характеристику и описание объекта продвижения и его инфраструктуры, основных конкурентов, целевую аудиторию, основной способ продвижения, а также план-график мероприятий по продвижению туристского направления (локации) с указанием этапов его реализации инструментов продвижения и бюджета.

Конкурсант разрабатывает рекламный проспект событийного мероприятия для продвигаемой локации, его логотип и слоган.

Конкурсант готовит электронную презентацию разработанной программы продвижения туристской локации (объекта продвижения).

Модуль Г. Специальное задание (вариатив)

Время на выполнение модуля: 1 час(+6 минут презентация на каждого участника).

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, стрессоустойчивость.

В ходе выполнения специального задания участнику в первые пять минут после начала работы над Модулем Г предлагается задать не менее двух уточняющих вопросов по заданию в письменной форме, используя для этого выражение: «Правильно ли я понимаю».

По окончании публичной презентации оценивающие эксперты задают 3 вопроса конкурсному (эксперт-наставник не имеет права задавать вопрос конкурсному, чьи интересы представляет). Если время ответов на вопросы завершилось, а вопрос был задан экспертом, то участник имеет право ответа на

этот вопрос. Вопросы могут задавать эксперты, которые оценивают данный модуль и главный эксперт.

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

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

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА КОМПЕТЕНЦИИ²

Тип соревнования: индивидуальный

Чемпионат по компетенции «Туризм» — это индивидуальные соревнования в области туристской деятельности. Участник 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 участнику чемпионата на момент начала работы над модулем. Для выполнения каждого модуля во время чемпионата предлагаются четкие временные рамки.

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

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

Для модулей А, Б,Вразрабатываются не менее трех вариантов кейсов (заданий). Один из конвертов с подготовленными заданиями выбирается методом случайной выборки перед началом работы над модулем. Для модуля В предусмотрено домашнее задание.

При получении кейса (задания) по модулю Гучастники задаютвопросы 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 задания не предусмотрены.

При презентации наработок по модулям конкурсного задания присутствие участников других команд не возбраняется.

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.

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

Тулбокс 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

