

Мероприятие	Региональный этап чемпионата по профессиональному мастерству 2023
Номер компетенции	9
Наименование компетенции	Туризм
Наименование квалификации	неактуально
Шифр КОД	неактуально

Код	Подкритерий	Тип аспекта	Аспект	Судейский балл	Методика проверки аспекта	Требование или номинальный размер	Проф. задача	Макс. балл
<b>Обработка и оформление заказа клиента по подбору пакетного тура</b>								<b>20,00</b>
<b>А</b>	<b>1</b>		<b>Общая характеристика программы пакетного тура в соответствии с заданными критериями</b>					
		И	Представлена информация о заказе		Представлена первичная информация от Заказчика (краткая заявка)		6	0,20
					Представлена информация, полученная от Заказчика в результате переговоров (уточненная заявка)			
		И	Дана характеристика страны(н) пребывания туристов		Представлено рекреационно-географическое положение страны(н)		6	0,20
					Представлены рекреационные ресурсы страны			
		И	Выбор страны обоснован и сделан верно, в соответствии с запросом туристов		ДА/НЕТ		6	0,10
		И	Дана характеристика дестинации в стране(ах) пребывания туристов		Представлена общая информация о дестинации (курорте) (в какой части страны расположена, наличие гор, пустынь, рек и пр., омывается ли какими-то морями/океанами, климатические особенности)		6	0,20
					Представлена информация о рекреационных ресурсах дестинации: перечислены основные виды туризма развитые на ее территории, перечислены основные достопримечательности, инфраструктура и т.п.			
		И	Обоснован выбор дестинации в соответствии с запросом туристов		ДА/НЕТ		4	0,10
		И	Предоставлена информация о действующем туроператоре, сформировавшем пакетный тур		Представлена общая информация о ТО (стаж работы на рынке, логотип, основные направления, особые характеристики)		1	0,20
					Представлена информация о РТО из ЕФРТ (финансовых гарантиях)			
		И	Представлена актуальная информация (скриншот с сайта туроператора) о наличии пакетного тура в системе бронирования "поиск/подбор/бронирование тура"		ДА/НЕТ		4	0,20

		И	Продемонстрировано умение осуществлять поиск и бронирование туристских продуктов с использованием GDS/ADS (в случае отсутствия необходимости использования, выставляется технический ноль)		ДА/НЕТ			4	0,20
		И	Цель поездки сформулирована и представлена в соответствии с запросом Заказчика верно		ДА/НЕТ			6	0,10
		И	Информация о сроках поездки соответствует требованиям туриста и представлена верно		ДА/НЕТ			6	0,20
		И	Информация о продолжительности поездки соответствует требованиям туриста и представлена верно		ДА/НЕТ			6	0,20
		И	Предоставлена полная информация о составе и возрасте туристов		Предоставлена полная информация о составе туристов			6	0,20
					Предоставлена полная информация о возрасте туристов				
		И	Представлена информация о ценовой категории пакетного тура		ДА/НЕТ			6	0,10
		И	Представлен скриншот памятки туристу с сайта ТО сформировавшего выбранный турпакет		ДА/НЕТ			6	0,20
2	<b>Основной (обязательный) комплекс услуг по пакетному туру</b>								
		И	Предоставлена информация о транспортных услугах		Представлена информация о компании, оказывающей основные транспортные услуги по пакетному туру			6	0,40
					Информация о классе обслуживания в соответствии с запросом клиента представлена верно				
					Представлена информация о дате и времени, номерах рейсов, аэропортах/вокзалах отправления "туда-обратно"				
					Представлен скриншот с сайта ТО о транспортных услугах в системе бронирования "поиск/подбор/бронирование тура"				
		И	Представлена полная информация о транспортном обслуживании программных мероприятий тура (переезды по маршруту)		Определены все транспортные услуги, входящие в пакетный тур (обслуживание экскурсий и иных программных мероприятий)			6	0,20
					Представлена информация о типе и классе транспортного средства, предусмотренного для переездов туристов внутри маршрута тура				
		И	Предоставлена информация о трансфере		Дана характеристика трансфера: вид транспорта (автобус, микроавтобус, автомобиль и т.д.) и класс транспортного средства (бизнес, эконом и т.д.)			6	0,20
					Информация о виде трансфера (индивидуальный, групповой) в соответствии с запросом туриста представлена верно				
		И	Предоставлена информация о средстве (ах) размещения		Представлена информация о наименовании и категории средства размещения			6	0,40

					Представлена информация о месторасположении средства размещения относительно турцентра, пляжа, основных достопримечательностей, аэропорта и т.п.			
					Представлена информация об объектах инфраструктуры средства размещения, в контексте пожеланий Заказчика или состава (возраста)туристов			
					Приведены иные характеристики средства размещения (отзывы, рейтинг, дополнительные услуги и т.п.)			
		И	Представлена информация о категории номеров и типах размещения		Представлена информация о категории номера(ов), в которых будут размещаться туристы		6	0,20
					Представлена информация о типе номера и типе размещения туристов в номере (номерах)			
		И	Предоставлена информация о типе(ах) питания		Информация о типе питания соответствует общепринятой терминологии и представлена верно		6	0,20
					Представлена информация о концепции услуг питания в средстве (ах) размещения, информация о кухне (блюда) предприятий питания на базе которых будет происходить питание туристов			
		И	Учтены индивидуальные особенности при организации питания туристов (диетическое, детское, вегетарианское меню и.д.). В случае отсутствия запроса Туриста ставится технический ноль.		ДА/НЕТ		6	0,10
		И	Представлена информация по рекомендуемым экскурсиям		При выборе экскурсионной программы учтены состав, возраст и индивидуальные пожелания Заказчика		6	0,30
					Представлены основные характеристики экскурсии: тип (групповая, индивидуальная), вид (пешеходная, автобусная) и т.п.			
					В презентации присутствует краткое содержание экскурсий			
		И	Представлена информация по внепрограмным мероприятиям		Предложены не менее двух вариантов организации досуга туристов в местах пребывания		6	0,20
					Информация по аттракциям представлена в соответствии с запросом туриста и учитывает его индивидуальные пожелания			
		С	Качество презентации рекомендованных средств и условий размещения по пакетному туру				1	0,50
				0	Средства размещения и условия размещения представлены не убедительно, отсутствует обоснование и указания на их ключевые характеристики.			
				1	Участники перечислили ключевые характеристики средств и условий размещения, но не продемонстрировали навыки обоснования сделанного выбора			

				2	Участники обосновывают выбор рекомендованных ТО средств и условий размещения туристов в пакетном туре, указывают на их специфические характеристики и особенности.			
				3	Участники обоснованно, учитывая все пожелания и предпочтения туристов, рекомендуют средства размещения, дают развернутую характеристику условиям размещения, подкрепляют и аргументируют свой выбор отзывами туристов, ранее отдохнувших в данном месте, своим личным отношением и опытом.			
3	Туристские формальности							
		И	Предоставлена полная информация о страховании		Представлена информация о страховой компании		6	0,20
					Представлена информация о программе страхования, входящей в пакетный тур и размер страховой суммы			
		И	Учтены пожелания туриста по дополнительному страхованию		ДА/Нет		6	0,20
		И	Предоставлена полная информация о визовом обслуживании. В случае отсутствия ВО ставится технический ноль		Представлена информация о необходимости или отсутствии необходимости оформления визы по указанному направлению		6	0,20
					При необходимости оформления визы перечислены основные условия её оформления (стоимость, необходимые документы, сроки оформления, порядок подачи документов и т.п.)			
		И	Представлена информация об актуальных условиях въезда и пребывания в стране (в том числе в условиях распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19)		ДА/НЕТ		6	0,10
		С	Качество предъявления участниками пакетного тура				1	1,50
				0	Программа обслуживания по пакетному туру не представлена			
				1	Программа обслуживания по пакетному туру не достаточно убедительна по содержанию, выполнена на невысоком содержательном и техническом уровне и не в полном объеме соответствует заказу клиента			
				2	Программа обслуживания по пакетному туру убедительна по содержанию, выполнена на высоком техническом уровне, но не в полном объеме соответствует заказу клиента			
				3	Программа обслуживания по пакетному туру убедительна по содержанию, оптимальна по форме подачи, полностью соответствует заказу клиента			
4	Оформление коммерческого предложения на поездку							
		И	Соответствие нормам деловой переписки		Присутствует корректное обращение к адресату		1	0,20
					Присутствует контактная информация и реквизиты для обратной связи			

		И	Произведено сравнение цен по однородным туристским продуктам сформированными различными туроператорами;		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Произведен выбор и обоснование места пребывания для совершения путешествия		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Произведен выбор и обоснованы оптимальные даты и продолжительность для организации путешествия		Произведен выбор и обоснованы оптимальные даты путешествия		4	0,20
					Произведен выбор и обоснована продолжительность для организации путешествия			
		И	Произведен выбор и обоснованы условия авиа перелета (переезда) по заказу клиента		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Присутствует информация по описанию средств и условий размещения		Присутствует информация по описанию средств и условий размещения		4	0,20
					Представлены не менее 2-х активных ссылок на информацию о средствах и условиях размещения			
			Произведен выбор и обоснованы условия питания		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Наличие информации на визовое обслуживание, его стоимость и прочие обязательные документы и сборы при пересечении границ		Представлена информация о необходимости или отсутствии необходимости оформления въездных виз		4	0,20
					Указана информация о размере визового сбора или сбора взимаемого при везде/выезде из страны назначения			
		И	Присутствует информация по рекомендуемым экскурсиям, досуге и развлечениям		Представлена информация об экскурсионных объектах посещения в стране пребывания		4	0,20
					Представлена информация о развлекательных объектах, функционирующих в стране пребывания			
		И	Присутствует указание на итоговую стоимость пакетного тура		ДА/НЕТ		4	0,20
5	<b>Составление калькуляции стоимости туристского продукта</b>							
		И	Базовая стоимость туристского продукта, соответствует данным из системы бронирования туроператора и представлена верно		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Расчет стоимости дополнительных услуг по пакетному туру, приобретаемых клиентом, представлен верно		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Расчет обязательных доплат по пакетному туру, представлен верно		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Расчет итоговой стоимости пакетного тура в иностранной валюте и в рублевом эквиваленте по текущему курсу туроператора, сформировавшего пакетный тур, представлена верно		ДА/НЕТ		4	0,20
		И	Итоговая стоимость пакетного тура для клиента, представлена верно		ДА/НЕТ		4	0,20

		И	Расчет прибыли агентства по пакетному туру в рублях представлен верно		ДА/НЕТ		4	0,20
6	Заполнение Договора между Турагентом и Туристом							
		И	Заполнение реквизитов договора		указан город		4	0,20
					указана дата заключения Договора			
					Указан номер Договора			
		И	Преамбула. Наименование Турагента заполнено верно		указано полное и сокращенное наименование турагента		4	0,30
					указаны ФИО сотрудника			
					указана Должность			
		И	Преамбула. Наименование ТО		указано Юридическое название ТО		4	0,30
					указан реестровый номер туроператора			
					указаны Реквизиты агентского договора			
		И	Преамбула. Заказчик / Турист		правильно выбран тип покупателя: Заказчик/ Турист		4	0,20
					указаны ФИО заказчика/туриста			
					указаны полномочия Заказчика на заключение Договора			
		И	Заполнение пункта "Порядок оплаты"		указаны сроки оплаты		4	0,30
					указан порядок оплаты			
					Указан способ оплаты			
		И	Заполнение пункта 7.4 Иные условия договора		ДА/НЕТ		4	0,10
		И	Раздел Реквизиты и подписи сторон: «Исполнитель» заполнен верно		указано наименование (ЮЛ (полное и сокращенное) или ИП)		4	0,30
					указан Адрес			
					указаны ИНН/КПП			
					указаны банковские реквизиты			
					указаны телефон, e-mail, сайт			
		И	Раздела Реквизиты и подписи сторон: «Заказчик» заполнен верно		указаны ФИО (наименование)		4	0,30
					указаны паспортные данные			
					указан адрес регистрации (прописка)			
					указан E-mail			
					указан телефон			
					указаны иные данные (банковские реквизиты, ИНН и т.д. )			
		И	Заявка на бронирование. Раздел 1. Сведения о туристе содержит информацию		указаны ФИО туриста в латинской транскрипции		4	0,40
					указаны ФИО туриста в на русском языке			
					указан пол			
					указана дата рождения			
					указаны данные документа, удостоверяющего личность			
					Численность			

		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.1. Программа пребывания, маршрут и условия путешествия содержит информацию		указана страна		4	0,30
					указан город/курорт			
					указаны даты пребывания			
					указано количество дней/ночей			
					указаны даты начала/окончания тура			
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.2. Средство размещения содержит информацию		указано наименование средства размещения		4	0,30
					указано место нахождения средства размещения			
					указана категория средства размещения			
					указаны даты заезда и выезда			
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.3. Условия проживания содержит информацию		указана категория номера		4	0,30
					указан тип размещения в номере			
					указано количество человек в номере			
					указана категория питания			
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.4. Информация об услугах перевозки содержит информацию (ДЛЯ РЕЙСОВ ТУДА-ОБРАТНО, в т.ч. для стыковочных рейсов)		указан маршрут		4	0,30
					указан класс обслуживания			
					указан номер рейса			
					указана дата/время			
					заполнена графа Примечание			
		И	Раздел 2.5. Услуги по перевозке в стране (месте) временного пребывания содержит информацию		указаны ФИО Туристов		4	0,30
					указан маршрут перевозки			
					указан тип трансфера			
					указана категория транспорта			
					указан вид транспорта			
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.6. Экскурсионная программа. (ЗАПОЛНЕН / НЕ ЗАПОЛНЕН) (заполняется только при приобретении экскурсионного тура или в случае добавления в пакетный тур экскурсий в момент бронирования Агентом)		ДА/НЕТ		4	0,10

	И	Заявка на бронирование. Раздел 2.7. Иные дополнительные услуги. (ЗАПОЛНЕН / НЕ ЗАПОЛНЕН) (В соответствии с предложенным туром во время презентации)		ДА/НЕТ		4	0,10
	И	Заявка на бронирование. Раздел 3. Общая цена Туристского продукта в рублях содержит информацию		указана общая цена, сумма цифрами и прописью		4	0,30
				указана стоимость туристского продукта в у.е.			
				указан курс туроператора на день заключения договора			
	И	Заявка на бронирование. Раздел 4. Сведения о договоре добровольного страхования в пользу Туриста (ЗАПОЛНЕН ВЕРНО)		ДА/НЕТ		4	0,10
	И	Заполнение Приложения к заявке. Перечень дополнительной информации, доведенной до заказчика (ЗАПОЛНЕН / НЕ ЗАПОЛНЕН последний пункт)		ДА/НЕТ		4	0,10
		Приложение 2. Раздел 1. Сведения о Турагенте содержит информацию		указано полное наименование/фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя		4	0,30
				указано сокращенное наименование			
				указан адрес (место нахождения)			
				указан почтовый адрес			
				указан телефон/факс			
				указан адрес электронной почты/сайт			
				указан режим работы			
	И	Туроператоре, по поручению которого Турагент осуществляет продвижение и реализацию Туристского продукта содержит информацию		указано полное наименование		4	0,30
				указано сокращенное наименование			
				указан адрес (место нахождения)			
				указан почтовый адрес			
				указан реестровый номер			
				указан телефон/факс			
				указан адрес электронной почты/Сайт			
				указан режим работы			
	И	Приложение 2. Раздел 3. Сведения об организации (организациях), предоставившей(-их) Туроператору финансовое обеспечение ответственности туроператора содержит информацию		указано наименование организации, предоставившей финансовое обеспечение туроператора		4	0,30
				указан вид финансового обеспечения ответственности			
				указан номер, дата и срок действия договора страхования ответственности туроператора и (или) договора о предоставлении банковской гарантии			



					указан размер финансового обеспечения ответственности туроператора (каждой из организаций, предоставившей финансовое обеспечение ответственности)			
					указан адрес/почтовый адрес			
					указан сайт/адрес электронной почты			
		И	Приложение 2. Раздел 4. Сведения об объединении туроператоров, в сфере выездного туризма, членом которого является Туроператор содержит информацию		указан адрес (местонахождение) организации		4	0,20
					указан телефон "Горячая линия"			
					указан адрес электронной почты/сайт			
		С	Соответствие нормам делового общения				1	1,00
				0	контакт не установлен.			
				1	Не соблюдены базовые правила делового общения (участник не поздоровался перед началом переговоров, не уточнил, как обращаться к туристу, фамильярен, зажат в общении, перебивает туриста в процессе общения, речь в основном монологичная. Тон невежлив. Превышен лимит времени )			
				2	В вопросах присутствует обращение к клиенту. Участник умеет слушать и слышать клиента. Отсутствует зажатость в разговоре. Установлен зрительный контакт. Чувствуется настрой на диалог с туристом. Лимит времени не превышен.			
				3	В общении с клиентом установлен полный контакт. Высшая степень эмпатии, со стороны участников проявлено полное понимание и внимание к потребностям другой стороны переговоров.			
		С	Качество постановки вопросов клиенту по заявке.				1	0,50
				0	Вопросы отсутствуют.			
				1	Непоследовательность в вопросах, вопросы дублируют информацию по заявке, неконкретные короткие вопросы.			
				2	Отсутствует логика в постановке вопросов, уточнены отсутствующие детали в заявке, однако, произошло выяснение потребностей клиента в целом.			
				3	Профессиональная грамотность и корректность в постановке вопросов, акцентированность вопросов на требованиях и пожеланиях клиента, уточнение всех отсутствующих деталей в заявке			
7	Качество презентации							
		И	Продемонстрировано умение предоставить информацию с использованием открытых актуальных источников (не менее четырех)		ДА/НЕТ		3	0,10
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)		ДА/НЕТ		1	0,20

		И	программы тура, использовано более чем на 95%		ДА/НЕТ		1	0,20
		С	Культура речи				1	0,90
				0	Отсутствие культуры речи .В презентации не использована специальная терминология, не продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				1	В выступлении частично присутствуют речевые и стилистические ошибки. В презентации частично использована специальная терминология и слабо продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				2	В выступлении соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.			
				3	Высокий уровень культуры речи полностью соответствует этико-речевые нормы.Высокая степень владения			
		С	Смысловое единство и логика выступления				1	0,90
				0	Отсутствие смыслового единства и логики выступления.			
				1	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь смыслового единства и логики.			
				2	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу.			
				3	Выступление имеет единый стиль, смысл, логику.			

**Б Работа с возражениями туриста 6,00**

<b>1</b>	<b>Использование алгоритма работы с возражениями туриста</b>							
	Участники использовали алгоритм работы с возражениями							
		И			ДА/НЕТ		2	0,20
		И	Участники использовали технику принятия возражения		Выражено понимание (согласие) важности и значимости для клиента, заявленного возражения		2	0,20
					Сформулированы уточняющие вопросы по сделанному возражению			
		И	Участники использовали технику проверки истинности возражения		Заданы вопросы для уточнения истинности/ложности возражения		2	0,30
					Заданы вопросы для выявления сути истинного возражения			
					Верно определена истинность возражения			
		И	Участники аргументированно провели обработку возражений клиента		Приведены убедительные доводы в пользу ранее сделанного предложения		2	0,40
					Предложено альтернативное решение выдвинутому туристом возражению			
					Продемонстрирована многовариантность решений при обработке возражений клиента			
					Продемонстрирована гибкость при обсуждении вариантов решения выдвинутого возражения			

		И	Участники, в подкреплении своих доводов и аргументов, приводили ссылки на различные информационные источники		Использовались ссылки на онлайн системы сайта туроператора, сформировавшего предлагаемый турпродукт		2	0,40
					Использовались ссылки на сайты других туроператоров			
					Использовались ссылки на сайты туристских агрегаторов			
					Использовались ссылки на сайты и предложения авиакомпаний, отелей, туристских порталов и т.п			
		И	Участники, в процессе обработки возражений клиента, подкрепляли свои доводы с привлечением и демонстрацией дополнительной информации		Присутствовала демонстрация фотографий (отеля, курорта и т.д.)		2	0,40
					Использовались комментарии и отзывы туристов			
					Присутствовала демонстрация рейтингов туроператоров и отдельных услуг			
					Использована иная информация в качестве аргументов			
		И	Участники убедились, что возражение снято		ДА/НЕТ		2	0,30
		И	Участники предприняли шаги для подведения туриста к заключению Договора о реализации тура		ДА/НЕТ		2	0,30
		С	Продемонстрированы навыки работы с возражениями				1	0,60
				0	Участники не использовали алгоритм работы с возражениями, или попытки его реализации были неубедительны.			
				1	Участники продемонстрировали не все ключевые этапы работы с возражениями (принятие, проверка истинности, предложение по решению возражения). В процессе работы с туристом были не уверены, малоубедительны, испытывали затруднение в формулировке вопросов и аргументов			
				2	Участники продемонстрировали все ключевые этапы работы с возражениями (принятие, проверка истинности, предложение по решению возражения). Продемонстрировали уверенное владение техниками принятия возражения, проверки возражения. Убедительно представили решение по снятию возражения			
				3	Участники продемонстрировали все ключевые этапы работы с возражениями на уровне практикующего бизнес-тренера (коучера), блестящее владение техниками принятия возражения, проверки возражения. Убедительно представили решение по преодолению возражения			
		С	Продемонстрированы навыки реализации техники принятия возражения				3	0,60
				0	Участники не использовали технику принятия возражения, либо допустили ошибку в беседе с туристом и согласились с содержанием (сутью) возражения			

				1	Участники использовали технику принятия возражения не в полной мере. В ходе переговоров не давали туристу возможности высказаться (перебивали вопросами или своим мнением, возникала ситуация спора с туристом), в процессе беседы допускали употребление слов «нет» и «но».			
				2	Участники продемонстрировали высокую степень владения техникой принятия возражения: дали возможность высказаться туристу, использовали приемы согласия с правом иметь личное мнение или благодарности (комплимента) как технику принятия возражения. Не допускали споров и необязательных дискуссий с туристом			
				3	Участники убедительно продемонстрировали блестящее владение техникой принятия возражения как в форме использованных приемов, так и по содержанию беседы с туристом.			
		И	Продemonстрированы навыки реализации техники проверки истинности возражения				1	0,60
				0	Участники не использовали технику проверки истинности возражения, а сразу перешли к аргументам в пользу своего предложения или альтернативного предложения. Участники не вскрыли истинное возражение, а продолжили работать с ложным (отговоркой туриста)			
				1	Участники использовали технику проверки истинности возражения и определили истинность возражения. Однако испытывали затруднения в формулировке уточняющих вопросов. Постановка вопросов не имела логики и структуры.			
				2	Участники убедительно и верно продемонстрировали владение техникой проверки истинности возражения: ход данной части беседы был построен в логичной и организованной форме уточняющих вопросов.			
				3	Участники продемонстрировали блестящее владение техникой проверки истинности возражения как в форме использованных приемов в общении с туристом и организованных вопросов, так и по содержанию беседы с туристом			
		С	Продemonстрированы навыки аргументации предложенного решения выдвинутому возражению				1	0,60
				0	Участники не привели аргументированных доводов в пользу ранее сделанного предложения либо не предложили альтернативное решение. Доводы и аргументы были не убедительны и безосновательны.			

				1	Участники привели аргументированные доводы в пользу ранее сделанного предложения либо предложили альтернативное решение выдвинутому возражению, однако в процессе переговоров испытывали неуверенность, зажатость, демонстрируя слабые навыки убеждения			
				2	Участники предложили альтернативное решение выдвинутому возражению либо привели убедительно аргументированные доводы в пользу ранее сделанного предложения. В процессе беседы вели себя уверенно, постоянно подкрепляя свои решения (предложения) аргументами. Продемонстрировали высокую степень доказательности и убеждения.			
				3	Участники продемонстрировали блестящую аргументацию альтернативного решения выдвинутому возражению, либо привели убедительно аргументированные доводы в пользу ранее сделанного предложения. Высокая убедительность речи, свободное выражение выдвинутых аргументов и доводов			
2	<b>Использование навыков делового общения в работе с возражениями туристов</b>							
		С	Соответствие нормам делового общения				1	0,60
				0	Контакт не установлен, участники безынициативно ведут диалог, отвечая на вопросы или реплики туриста, испытывают серьезные затруднения в аргументации собственной позиции. Превышен лимит времени.			
				1	Не соблюдены базовые правила делового общения (участник не поздоровался перед началом переговоров, не проявил инициативу в продолжении общения с туристом, не обращается к туристу по имени, фамильярен или зажат в общении, перебывает туриста в процессе общения, речь в основном монологичная. Превышен лимит времени			
				2	Участники проявляют инициативу в диалоге с туристом, в вопросах присутствует обращение к клиенту. Участник умеет слушать и слышать клиента. Отсутствует зажатость в разговоре. Установлен зрительный контакт. Чувствуется настрой на диалог с туристом. Лимит времени не превышен.			
				3	Полный контакт установлен. Высшая степень эмпатии, со стороны участников проявлено полное понимание и внимание к потребностям другой стороны переговоров.			
		С	Продемонстрированы навыки успешной коммуникации.				1	0,50

				0	Навыки успешной коммуникации продемонстрированы на низком уровне. Отсутствует доверительное, взаимовыгодное общение. Не используются средства невербальной коммуникации.			
				1	Навыки успешной коммуникации продемонстрированы частично. Уровень эмпатии низкий. При презентации чувствуется эмоциональное напряжение. Используются лишь некоторые способы невербальной коммуникации.			
				2	Навыки успешной коммуникации продемонстрированы в целом. Участникам обладают умением слушать друг друга, способны сконцентрироваться и воспринять информацию. Уровень эмпатии средний. Во время выступления заметна гибкость и способность искать компромиссы. При выступлении используются средства невербальной коммуникации.			
				3	Высокий уровень демонстрации успешной коммуникации. Конкурсанты не только способны сконцентрироваться и воспринять информацию, но и умеют поощрить партнера по команде, задать уточняющий вопрос, использовать приемы перефразирования («т.е. вы имели в виду...»), непонимания, резюмирования. Участники обладают способностью почувствовать эмоциональное состояние партнера и учитывать его при построении коммуникации. Владеют в совершенстве средствами невербальной коммуникации.			

**Формирование и обоснование нового**

**В туристского продукта**

**25,00**

<b>1</b>	<b>Общая характеристика программы нового туристского продукта в соответствии с заданными критериями</b>							
		И	Представлена общая информации о турпродукте. Перечислены основные характеристики в соответствии с заданием (кейсом)		ДА\НЕТ		3	0,20
		И	Дана характеристика территории путешествия		Представлена характеристика рекреационного потенциала территории путешествия		3	0,20
		И	Представлена информация об основных локациях по туру		ДА\НЕТ		3	0,10
		И	Представлена тема нового турпродукта		ДА\НЕТ		5	0,10
		И	Представлена концепция нового турпродукта		ДА\НЕТ		2	0,20
		И	Уникальность турпродукта определена по 2 и более показателям		ДА\НЕТ		2	0,20

		И	Представлена целевая (клиентская) аудитория нового турпродукта по демографическим и социальным характеристикам		Целевая аудитория определена по демографическим характеристикам		6	0,20
					Целевая аудитория определена по социальным характеристикам			
		И	Определено не менее двух целевых групп		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Наличие программы маршрута тура с указанием затрат времени		ДА\НЕТ		5	0,20
		И	Указаны сроки, продолжительность, сезонность путешествия и количество заездов		Указаны сроки и количество заездов		5	0,30
					Указана и обоснована продолжительность тура			
					Учтена сезонность при формировании тура			
		И	Общая карта-схема маршрута		Наличие карты-схемы		5	0,30
					Присутствует указание на протяженность маршрута			
					Присутствует указание на "нитку", основные локации по маршруту			
		И	Наличие аннотации программы нового турпродукта на иностранном и русском языке		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Наличие карт-схем ежедневных передвижений по программе маршрута тура		ДА\НЕТ		5	0,20
		С	Качество обоснования концепции нового турпродукта				2	0,50
				0	Концепция не обоснована			
				1	Концепция обоснована с учетом требований задания (кейса)			
				2	Концепции нового турпродукта обоснована с учетом требований задания (кейса) и с учетом возможностей туристского-рекреационного потенциала определенного региона либо присутствует обоснование оригинального замысла и идеи			
				3	Концепции нового турпродукта обоснована с учетом требований задания (кейса) и с учетом возможностей туристского-рекреационного потенциала определенного региона, присутствует обоснование цели, оригинального замысла и идеи			
		С	Соответствие программы нового туристского продукта заданию (кейсу) с учетом всех имеющихся особенностей запроса				5	1,50
				0	Программа туристского маршрута не представлена			
				1	Программа туристского маршрута не достаточно убедительна по содержанию, выполнена на невысоком содержательном и техническом уровне и не в полном объеме учитывает все особенности задания (кейса)			

				2	Программа туристского маршрута убедительна по содержанию, выполнена на высоком техническом уровне, но не в полном объеме учитывает все особенности задания (кейса)			
				3	Программа туристского маршрута убедительна по содержанию, оптимальна по форме подачи, полностью учитывает все особенности задания (кейса)			
		С	Креативность и оригинальность программы нового туристского продукта				2	1,50
				0	Программа туристского маршрута не является уникальной и авторской разработкой. Отсутствует оригинальность и креативность в презентации			
				1	Низкая степень обоснования. Программа туристского маршрута содержит элементы новизны и уникальности. Креативность и оригинальность проявлены слабо			
				2	Программа нового туристского маршрута в целом обоснована и соответствует заданию. Креативна, но недостаточно оригинальна по содержанию и форме подачи информации			
				3	Программа туристского маршрута является авторской разработкой. Программа креативна и оригинальна			
		С	Соответствие текста аннотации на русском и английском языках заявленным требованиям к подобного рода информации				4	0,30
				0	Текст аннотации на русском и английском языках не соответствует заявленным требованиям к подобного рода информации			
				1	Текст аннотации на русском и английском языках соответствует в недостаточной степени заявленным требованиям к подобного рода информации			
				2	Текст аннотации на русском и английском языках соответствует в полной мере заявленным требованиям к подобного рода информации, но недостаточно информативен			
				3	Текст аннотации на русском и английском языках соответствует всем заявленным требованиям к подобного рода информации			
		С	Демонстрация умения устно излагать информацию о туре на английском языке				1	0,60
				0	Изложение информации о туре на английском языке отсутствует			
				1	Участник демонстрирует низкое владение английским языком. Читает информацию о туре с листа или с электронной презентации.			
				2	Участник в достаточной степени демонстрирует владение английским языком. Излагает информацию о туре изредка обращаясь к тексту			
				3	Оба участника свободно излагают информацию о туре на английском языке			



2	Выбор и обоснования транспортных услуг							
		И	Транспортная схема соответствует заданию, цели и задачам нового турпродукта		Учтены временные затраты на переезды. Протяженность (длительность) маршрута соответствует цели турпродукта		5	0,40
					Продолжительность переездов по маршруту соответствует целям турпродукта			
					Обоснован выбор основных ТС			
					Соблюдены условия комфортного (безопасного) перемещения при переездах по маршруту			
		И	Предложенные транспортные услуги по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории		При организации транспортного обслуживания учтен социальный статус целевой аудитории (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При организации транспортного обслуживания учтены демографические особенности туристов (пол, возраст)			
		И	Оптимальный выбор транспортных средств, используемых на маршруте		Учтено соотношение количества туристов в группе и количество посадочных мест		5	0,30
					Указана цена перевозки			
					Указаны составляющие комфортабельности ТС			
					Определена лицензированная компания перевозчик			
3		И	Произведен учет дорожно-транспортной ситуации		Учтена загруженность автодорог при планировании тайминга маршрута тура		5	0,20
					Учтено состояние автодорог при планировании тайминга маршрута тура			
		С	Оптимальность выбора транспортных услуг, включенных в маршрут турпродукта				2	0,50
				0	Выбранные транспортные услуги не соответствуют требованиям задания			
				1	Выбор транспортных услуг, включенных в туристский продукт, учитывают явные (базовые) потребности целевой аудитории турпродукта			
				2	Выбор транспортных услуг, включенных в туристский продукт, в целом учитывают потребности целевой аудитории турпродукта			
				3	Выбор транспортных услуг, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности целевой аудитории турпродукта и требования задания (кейса)			
3	Выбор и обоснования услуг по размещению туристов							
		И	Средства размещения на маршруте соответствуют заданию и цели нового турпродукта		Определена категория средств размещения		5	0,40
					Обоснован выбор месторасположения средств размещения			
					Представлена инфраструктура средств размещения			

					Возможности номерного фонда средств размещения позволяют разместить группу туристов определенной заданием			
		И	Предложенные услуги размещения по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории		При выборе вариантов средств и условий размещения учтен социальный статус целевой аудитории нового туристского продукта (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При выборе вариантов средств и условий размещения учтены демографические особенности туристов (пол, возраст)			
		И	Категории номеров и типы размещения туристов определены и обоснованы в соответствии с заданием		Указаны и обоснованы категории номеров, в которых будет производиться размещение туристов по маршруту тура		5	0,20
					Указан и обоснован тип размещения туристов в номерах			
		С	Оптимальность выбора услуг по размещению туристов, включенных в туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные услуги размещения не соответствуют требованиям задания			
				1	Выбор услуг размещения, включенных в туристский продукт, учитывают явные (базовые) потребности целевой аудитории турпродукта			
				2	Выбор услуг размещения, включенных в туристский продукт, в целом учитывают потребности целевой аудитории турпродукта			
				3	Выбор услуг размещения, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности целевой аудитории турпродукта и требования задания (кейса)			
<b>4</b>	<b>Выбор и обоснования услуг по организации питания туристов</b>							
		И	Предприятия питания на маршруте соответствуют заданию и цели нового турпродукта		Обоснован выбор и отражены особенности режима питания туристов		5	0,40
					При выборе предприятий питание учтено и обосновано их месторасположение			
					Выбор предприятий питания соответствует заявленной концепции маршрута			
					При выборе предприятий питания учтен и обоснован способ(ы) обслуживания ("шведский стол", a, la carte, a part, table d, hote, буфетное обслуживание и т.д.)			
		И	Предложенные услуги организации питания по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории		При выборе вариантов организации питания учтен социальный статус целевой аудитории турпродукта (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При выборе вариантов организации питания учтены демографические особенности целевой аудитории турпродукта (пол, возраст)			
		И	При выборе предприятий питания учтены особенности региональной (национальной) кухни.		указана аутентичность предприятий питания		5	0,20

					присутствует информация о блюдах и особенностях кухни (региональная, национальная и т.п.)			
		С	Оптимальность выбора услуг по организации питания туристов, включенных в новый туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные услуги по организации питания не соответствуют требованиям задания			
				1	Выбор услуг по организации питания, включенных в туристский продукт, учитывают явные (базовые) потребности целевой аудитории турпродукта			
				2	Выбор услуг по организации питания, включенных в туристский продукт, в целом учитывают потребности целевой аудитории турпродукта			
				3	Выбор услуг по организации питания, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности целевой аудитории турпродукта и требования задания (кейса)			
5	Выбор и обоснование экскурсионных услуг							
		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствуют заданию и цели нового турпродукта		Обосновано соответствие объектов показа и посещения концепции и программе тура		5	0,40
					Соблюдена логика и последовательность посещения и осмотра объектов экскурсионной программы			
					Представлены услуги и обоснован выбор поставщиков экскурсионных услуг (гид, экскурсовод, переводчик)			
					Использованы дополнительные активности для вовлечения туристов в программу экскурсий			
3		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствует демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории		При формировании экскурсионной программы тура учтен социальный статус целевой аудитории турпродукта (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При формировании экскурсионной программы тура учтены демографические особенности целевой аудитории турпродукта (пол, возраст)			
		И	Указание на наличие в программе маршрута памятников культурно-исторического наследия (ЮНЕСКО, федерального, регионального уровня)		ДА\НЕТ		5	0,20
		И	Указание на наличие в программе маршрута аутентичных мест посещения, являющихся «визитной карточкой» региона		ДА\НЕТ		5	0,20
		С	Оптимальность выбора услуг по экскурсионному обслуживанию туристов, включенных в новый туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные экскурсионные услуги не соответствуют требованиям задания			
				1	Выбор экскурсионных услуг включенных в туристский продукт, учитывают явные (базовые) потребности целевой аудитории турпродукта			

				2	Выбор экскурсионных услуг включенных в туристский продукт, в целом учитывают потребности целевой аудитории турпродукта			
				3	Выбор экскурсионных услуг включенных в туристский продукт, учитывает все потребности целевой аудитории турпродукта и требования задания (кейса)			
6	<b>Организация интерактивных программ и предложенные внепрограммные досуговые мероприятия (аттракционы) в местах пребывания туристов</b>							
		И	Наличие интерактивных программ на маршруте		ДА\НЕТ		1	0,10
		И	Разнообразие представленных в маршруте интерактивных программ (не менее двух)		ДА\НЕТ		2	0,20
		И	Соответствие содержания интерактивных программ программе турпродукта		ДА\НЕТ		2	0,20
		С	Качество и полнота учета интересов и предпочтений целевой аудитории при формировании программы нового турпродукта				2	0,70
				0	Качество учета задания и интересов целевой аудитории низкое. В программе тура не учтены специфические особенности целевой аудитории указанные в задании (кейсе)			
				1	Качество учета задания и интересов целевой аудитории среднее. В программе тура частично учтены специфические особенности целевой аудитории указанные в задании (кейсе)			
				2	Качество учета задания и интересов целевой аудитории высокое. Программа тура в целом учитывает специфические особенности целевой аудитории указанные в задании (кейсе)			
				3	Качество учета задания и интересов целевой аудитории высокое. В программе тура полностью учтены специфические особенности целевой аудитории указанные в задании (кейсе)			
		С	Выбор внепрограммных досуговых мероприятий (аттракционов) в месте пребывания соответствуют заданию и цели нового турпродукта				2	0,30
				0	В презентации отсутствует информация об аттракциях в месте пребывания			
				1	Предложенные аттракционы не полностью соответствуют заданию и цели нового турпродукта			
				2	Представленные аттракционы в полной мере соответствуют заданию и цели нового турпродукта			

				3	Выбор представленных аттракций обоснован и отражает специфические особенности задания и цели нового турпродукта			
7	<b>Выбор и обоснование иных (дополнительных) услуг</b>							
		И	Наличие в программе турпродукта услуг по страхованию туристов		Представлена верная информация о страховой компании		5	0,30
					Представлена информация о программе страхования и размере страховой суммы			
					Представлена информация размере страховой суммы			
		И	Наличие в программе турпродукта указаний на инструктажи, необходимые лицензии.		Указание на инструктажи		5	0,20
					Указание на лицензии			
		И	Наличие указаний на правовые нормы, конкретные ГОСТы		ДА\НЕТ		5	0,10
		С	Обоснование выбора основных туристских услуг				5	0,50
				0	Выбор основных туристских услуг не обоснован и не раскрыт в презентации			
				1	В ходе презентации не все туристские услуги были обоснованы			
				2	Выбор всех основных туристских услуг обоснован, но аргументация недостаточно убедительная			
				3	Выбор основных туристских услуг обоснован и раскрыт в ходе презентации полностью			
8	<b>Расчет себестоимости и стоимости нового туристского продукта</b>							
		И	Представлены расчеты себестоимости транспортных услуг		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Учтены все составляющие транспортного обслуживания по маршруту при расчете себестоимости		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости транспортных услуг произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлены расчеты себестоимости услуг размещения и проживания		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Учтены все объекты размещения по программе тура при расчете себестоимости размещения		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	При расчете размещения и проживания учтены следующие факторы: количество дней/ночей, категории номеров		При расчете размещения и проживания учтено количество дней/ночей		4	0,20
					При расчете размещения и проживания учтены категории номеров			
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости размещения и проживания произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20

		И	Представлены расчеты себестоимости питания		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Учтены все предприятия питания по программе тура при расчете себестоимости питания		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости питания произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлены расчеты себестоимости экскурсионного обслуживания		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Учтены все экскурсионные услуги, входящие в программу турпродукта		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости экскурсионного обслуживания произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлен расчет себестоимости дополнительных услуг по туру		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Учтены иные услуги, входящие в программу тура (услуги страхования и т.п.)		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости иных услуг по туру произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлена итоговая себестоимость тура на группу/человека		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости тура на группу/человека произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлена итоговая стоимость тура на группу/человека		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	В ценовой структуре турпродукта учтена наценка туроператора		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	В ценовой структуре турпродукта учтено вознаграждение турагента		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Ценовая структура турпродукта в процентном соотношении представлена в соответствии с практикой российского турбизнеса		ДА\НЕТ		4	0,10
9	<b>Заполнение технологической карты туристского путешествия</b>							
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о наименовании и виде маршрута		Представлена информация о наименовании маршрута		4	0,20
					Представлена информация о виде маршрута			
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о протяженности маршрута (км)		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о продолжительности поездки (сут.)		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о количестве туристов в группе		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о стоимости (ориентировочн.)		ДА\НЕТ		4	0,20

		И	Раздел 2 Предоставлена информация о населенных пунктах, расстоянии между ними		Предоставлена информация о населенных пунктах		4	0,20
					Предоставлена информация о расстоянии между ними			
		И	Раздел 2. Представлена информация о способах передвижения, указание времени прибытия в пункт и выезда из него		Представлена информация о способах передвижения		4	0,20
					Представлена информация о времени прибытия в пункт и выезда из него			
3		И	Раздел 2 Предоставлена информация о размещении туристов (месторасположение, категория средства размещения)		Предоставлена информация о месторасположении средства размещения		4	0,20
					Предоставлена информация о категории средства размещения			
		И	Раздел 2. Предоставлена информация о номерах и другие особенностях средств размещения на каждом этапе		Предоставлена информация о номерах средств размещения на каждом этапе		4	0,20
					Предоставлена информация о особенностях средств размещения на каждом этапе			
		И	Раздел 2 Предоставлена полная информация о запланированных туристских и экскурсионных услугах (наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.		Предоставлена полная информация о запланированных туристских услугах		4	0,20
					Предоставлена полная информация о запланированных экскурсионных услугах (наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа)			
		И	Раздел 2. В наличии информация о виде перевозки на каждом этапе маршрута при предоставлении транспортных услуг		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Раздел 2 В наличии информация о классе(ах) обслуживания при предоставлении транспортных услуг		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Раздел 2 Предоставлена информация о других услугах		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Раздел 3 В соответствии с требованиями предоставлено краткое описание маршрута		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Раздел 3 Предоставление краткого описания по каждому дню поездки		Дано описание каждого дня путешествия в соответствии с заявленными требованиями в КЗ		4	0,20
					Соблюден стиль изложения информации (аннотирование)			
10	<b>Качество презентации</b>							
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)		ДА\НЕТ		1	0,20
		И	Время, выделенное на презентацию использовано более чем на 95%		ДА\НЕТ		1	0,20

		И	Наличие в презентации указания на использованные в подготовке презентации открытых актуальных источников (не менее 4)		ДА\НЕТ		3	0,20
		С	Культура речи				1	1,00
				0	Отсутствие культуры речи .В презентации не использована специальная терминология, не продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				1	В выступлении частично присутствуют речевые и стилистические ошибки. В презентации частично использована специальная терминология и слабо продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				2	В выступлении соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.			
				3	Высокий уровень культуры речи Полностью соблюдаются этико-речевые нормы.Высокая степень владения понятийным аппаратом и специальной терминологией.			
		С	Смысловое единство и логика выступления .				1	0,90
				0	Отсутствие смыслового единства и логики выступления.			
				1	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь смыслового единства и логики.			
				2	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу.			
				3	Выступление имеет единый стиль, смысл, логику.			
		С	Аргументированное изложение собственной позиции				3	0,60
				0	Аргументированное изложение собственной позиции отсутствует			
				1	Низкая степень обоснования и изложения собственной позиции			
				2	Участники способны приводить доводы и аргументировать собственную позицию, но не в полной мере их обосновывают			
				3	Высокий уровень обоснования и аргументации в изложении собственной позиции			

**Продвижение туристского**

**Г продукта**

**16,00**

<b>1</b>	<b>Общая информация о разработке турпродукта</b>							
		И	Представлена информация о туроператоре-разработчике данного турпродукта		Представлена визуализация торговой марки разработчика турпродукта( элементы брендбука, логотип, слоган компании)		3	0,30
					Представлена информация о финансовом обеспечении ТО			
					Обозначены основные направления ,ассортимент, спектр предложений ТО			



		И	Представлена характеристика турпродукта		Представлены основные характеристики турпродукта		3	0,20
					Представлены особые характеристики турпродукта			
		И	Уникальность турпродукта определена по двум и более показателям определена верно		ДА\НЕТ		2	0,20
<b>2</b>	<b>Конкурентное преимущество турпродукта</b>							
		И	Представлена информация о конкурентах		Присутствует указание на прямых конкурентов		6	0,30
					Присутствует указание на косвенных конкурентов			
					Дано указание на конкурентный туристский продукт			
		И	Определены конкурентные преимущества «своего» турпродукта (не менее 2).		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Представлено сравнение собственного туристского продукта, с продуктами конкурентов		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Преимущества туристского продукта в сравнении с конкурентами обоснованы верно		ДА\НЕТ		6	0,20
<b>3</b>	<b>Целевая аудитория турпродукта</b>							
		И	Целевая аудитория определена верно		Целевая аудитория определена по 1 характеристике		6	0,3
					Целевая аудитория определена по 2 характеристикам			
					Целевая аудитория определена по 3 и более характеристикам			
		И	Обоснованы важность и полнота определения целевой аудитории		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Ядро целевой аудитории определено верно		Ядро целевой аудитории определено по 1-2 характеристикам		6	0,20
					Ядро целевой аудитории определено по 3 и более характеристикам			
		И	Обоснованы важность и полнота определения основного ядра целевой аудитории		ДА\НЕТ		6	0,20
		С	Анализ качества определения целевой аудитории				3	1,00
				0	Низкое качество. Целевая аудитория не определена, либо определена неверно.			
				1	Целевая аудитория определена, но не по всем основным параметрам. Представленная характеристика целевой аудитории отражена в концепции и программе тура, но не отражена в обосновании стратегии продвижения и выбранных инструментах продвижения			
				2	Целевая аудитория определена по всем базовым характеристикам. Характер целевой аудитории отражен в концепции и программе тура, но не достаточно убедительна, раскрыта в обосновании стратегии продвижения и выбранных инструментах продвижения			

				3	Целевая аудитория определена и раскрыта по всем базовым характеристикам. Максимально учтены все специфические особенности целевой аудитории и отражены в концепции и программе тура. Команда убедительно обосновала выбор стратегии и инструментов продвижения в привязке к целевой аудитории			
		И	Определено верно отношение целевой группы к сфере b2c		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Определено верно отношение целевой группы к сфере b2b		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Определено верно отношение целевой группы к сфере b2g		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Обосновано отношение целевой группы к определенной сфере (b2b, b2c, b2g)		Обосновано к b2b		6	0,30
					Обосновано к b2c			
					Обосновано к b2g			
		И	Указание на основной способ продвижения в соответствии с целевой аудиторией		ДА\НЕТ		6	0,20
4	<b>Полнота разработки программы продвижения нового турпродукта</b>							
		И	Наличие (указание) на стратегию позиционирования туристского продукта		Обоснован выбор стратегии(й) позиционирования туристского продукта		6	0,20
					Указано верно на объективное и субъективное позиционирование турпродукта			
		И	Наличие плана-графика продвижения туристского продукта		ДА\НЕТ		6	0,10
		И	Обоснование сроков и продолжительности в плане-графике продвижения турпродукта		Обоснованы сроки продвижения турпродукта		6	0,20
					Обоснована продолжительность продвижения турпродукта			
		И	Обоснование выбора инструментов продвижения турпродукта в плане-графике		ДА\НЕТ		6	0,30
		И	Представлено указание на офф-лайн инструменты продвижения ( не менее трех)		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Представлено указание на он-лайн инструменты продвижения( не менее трех)		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Наличие расчета бюджета программы продвижения турпродукта		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Обоснование распределения бюджета рекламной компании с этапами реализации программы продвижения		ДА\НЕТ		6	0,20
		И	Определена схема расчета затрат согласно предложенных инструментов продвижения (стоимость изготовление рекламных материалов, трансляций, рекламных акций, кликов, SEO и т.д.)		ДА\НЕТ		6	0,20

		И	При определении бюджета программы продвижения и его соответствия доходности от реализации туристского продукта учтены особенности «домашнего» региона		ДА\НЕТ		6	0,20
		С	Реалистичность представленных инструментов продвижения				6	0,50
				0	Представленные инструменты не актуальны и не используются в практике туристского маркетинга			
				1	Инструменты продвижения реалистичны, но не имеют четкой формулировки с указанием на технологию продвижения			
				2	Предложенные инструменты продвижения реалистичны, соответствуют заявленной целевой аудитории, представлены с четкой формулировкой на технологию использования			
				3	Предложенные инструменты продвижения реалистичны, соответствуют заявленной целевой аудитории, представлены с четкой формулировкой на технологию использования содержащей авторский (инновационный, творческий) подход			
		С	Реалистичность бюджета программы продвижения с учетом особенностей «домашнего» региона				6	0,50
				0	Затраты не реалистичны			
				1	Затраты на программу продвижения слабо реалистичны и не соответствуют стратегии и/или инструментам продвижения турпродукта			
				2	Затраты на программу продвижения реалистичны, но не в полной мере соответствуют стратегии и/или инструментам продвижения турпродукта			
				3	Приведены реалистичные затраты на программу продвижения, адекватные по отношению к маркетинговой стратегии и выбранным инструментам продвижения турпродукта			
		С	Предъявление участниками программы продвижения турпродукта				1	1,50
				0	Отсутствует программа продвижения турпродукта.			
				1	Уровень разработки программы продвижения турпродукта низкий. Отсутствует график продвижения турпродукта, использованы типовые инструменты продвижения турпродукта.			
				2	Уровень разработки программы продвижения средний. Предъявлен график продвижения турпродукта с использованием разнообразных типовых инструментов продвижения			

				3	Уровень разработки программы продвижения высокий. Предъявлен детальный график продвижения турпродукта с обоснованием выбора разнообразных нестандартных on-line, off-line- инструментов продвижения			
5	Заполнение брифа (задания) для рекламного агентства							
		И	Общая информация		Указано название компании		4	0,10
					Информация о роде деятельности компании представлена верно			
					Представлена полная контактная информация			
		И	Раздел: Информация о компании/бренде		Отражено название компании( в соответствии с РТО) и ее торговый знак		4	0,40
					Представлена история компании/бренда в актуальном контексте заявки			
					Виды деятельности определены верно			
					Конкурентные преимущества определены верно			
					Ценовая политика определена в контексту рыночных цен			
		И	Раздел: Целевая аудитория		Определены корпоративные потребители (не менее трех		4	0,50
					Определены верное (не менее трёх) ключевые демографические характеристики потребителя			
					Определены верно (не менее трёх) ключевые социально-экономические характеристики потребителя			
					Определены верно (не менее двух) психологические характеристики целевой аудитории			
					Определены верно поведенческие характеристики и мотивация целевой аудитории			
					Представлено описание портрета типичного покупателя принимающего решение о покупке данного тура			
		И	Раздел: Информация о товарах/услугах		Представлено название турпродукта и определены его ключевые потребительские свойства (характеристики		4	0,40
					Определены конкурентные преимущества рекламируемого турпродукта (не менее двух)			
					Определен уровень цен и качества рекламируемого турпродукта в сравнении с конкурентами			
					Определены специфические особенности рекламируемого турпродукта			
					Определены факторы, ключевые «драйверы покупки», влияющие на выбор покупателя			
		И	Раздел: Информация о конкурентах		Определены основные конкуренты на рынке (не менее двух)		4	0,40
					Определены прямые конкуренты представляющие наибольшую опасность (либо обосновано отсутствие прямых конкурентов			
					Определен уровень цен и качества( присутствуют ссылки на отзывы) у прямых конкурентов			
					Определены ключевые преимущества конкурентов			
					Определены слабые стороны конкурентов			

		И	Раздел: Цели и задачи будущей рекламной компании		Определены актуальные и реалистичные цели и задачи, которые ставятся перед рекламным агентством		4	0,40
					Определен рекламный бюджет, предполагаемые средства распространения рекламы и предпочтения в распределении бюджета по СМИ			
					Определены сроки рекламной кампании			
					Определена стратегия позиционирования турпродукта			
					Сформулирован смысл основного рекламного сообщения и предложения которое делается целевой аудитории			
					Определен тон рекламного сообщения			
6	<b>Разработка и оформление рекламного буклета</b>							
		И	Присутствует информация об объекте рекламирования (туристском продукте)		Верно представлена информация о названии, датах и продолжительности тура		5	0,40
					Присутствует информация об особенностях территории путешествия			
					Представлена информация о схеме (нитке) маршрута			
					Представлена информация по безопасности в регионе пребывания			
		И	Присутствует описание способов приобретения турпродукта		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Присутствует информация об продавце турпродукта, контактные данные		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Представлены элементы фирменного стиля ТО		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Присутствует логотип и слоган турпродукта		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Присутствует информация об условиях приобретения турпродукта		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Присутствует призыв к действию потребителей		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Соблюдена структура композиции буклета (позиция информационных блоков, чередование текстовой и графической составляющих и их визуальная связь между собой)		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Соблюдены требования к форматированию (Отступы от мест сгибов, разбивка на абзацы, красная строка, использование шрифтов)		ДА/НЕТ		5	0,10
		И	Соблюдены требования к оформлению рекламного буклета(памятки) / Лифлет ЕВРО в 2 сложения, (в развороте А4) двухсторонний		ДА/НЕТ		5	0,10
		С	Качество предъявления участниками рекламного буклета(памятки)				2	0,20
				0	Буклет не представлен или не соответствует стандартам оформления таких документов			

				1	Буклет представлен, но выполнен не выразительно, отсутствует оригинальность, объекты расположены гармонично			
				2	Буклет представлен, выполнен выразительно, объекты расположены гармонично, но отсутствует креатив			
				3	Буклет представлен, выполнен выразительно, объекты расположены гармонично			
		С	Креативность и оригинальность разработанного рекламного буклета(памятки)				2	0,30
				0	Буклет не является уникальной и оригинальной разработкой. Отсутствует креативность в подаче материала.			
				1	Низкий уровень исполнения. Буклет содержит элементы новизны и уникальности. Креативность и оригинальность проявлены слабо			
				2	Представленный буклет в целом соответствует разрабатываемому и продвигаемому туру. Присутствует креатив, но недостаточно оригинален по содержанию и форме подачи информации			
				3	Представленный буклет является оригинальной разработкой. Высокий уровень креативности.			
7	<b>Качество презентации</b>							
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)		ДА\НЕТ		1	0,20
		И	Время, выделенное на презентацию использовано более чем на 95%		ДА\НЕТ		1	0,20
		И	Наличие в презентации указания на использованные в подготовке презентации открытых актуальных источников (не менее 4)		ДА\НЕТ		3	0,20
		С	Культура речи				1	0,90
				0	Низкая культура речи			
				1	Речь частично отвечает задачам и целям деловой презентации, присутствуют речевые и стилистические ошибки. Не используются специальные термины и понятия.			
				2	Соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.			
				3	Высокий уровень культуры речи, Полностью соблюдаются этико-речевые нормы. Специальная терминология используется на высшем уровне.			
		С	Смысловое единство и логика выступления .				1	0,90
				0	Отсутствие смыслового единства и логики выступления.			
				1	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь смыслового единства и логики.			

				2	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу.			
				3	Выступление имеет единый стиль, смысл, логику.			
		С	Аргументированное изложение собственной позиции				3	0,50
				0	Аргументированное изложение собственной позиции отсутствует			
				1	Низкая степень обоснования и изложения собственной позиции			
				2	Участники способны приводить доводы и аргументировать собственную позицию, но не в полной мере их обосновывают			
				3	Высокий уровень обоснования и аргументации в изложении собственной позиции			

### Разработка программы

#### Д тура по заказу клиента

25,00

1	Общая характеристика программы тура на заказ в соответствии с запросом							
		И	Представлена информации о заказе		Представлена первичная информация от Заказчика		3	0,20
					Представлена полная информация, полученная в результате переговоров			
		И	Дана характеристика территории путешествия		Представлена характеристика рекреационного потенциала территории путешествия		3	0,20
					Присутствует географическое расположение (карта, граница, часовой пояс, природные условия)			
		И	Предоставлена информация о основных локациях по маршруту тура		ДА\НЕТ		3	0,10
		И	Присутствует обоснование выбора территории в соответствии с заказом		ДА\НЕТ		3	0,10
		И	Представлена информация о цели поездки в соответствии с заказом		ДА\НЕТ		3	0,20
		И	Представлена полная информация о составе и возрасте туристов		Представлена информация о составе туристов		5	0,20
					Представлена информация о возрасте туристов			
		И	Указаны сроки, продолжительность путешествия		Сроки указаны и соответствуют требованиям Заказчика		5	0,20
					Продолжительность указана и соответствует требованиям Заказчика			
		И	Общая карта-схема маршрута		Наличие карты-схемы		5	0,30
					Присутствует указание на протяженность маршрута			
					Присутствует указание на "нитку", основные локации по маршруту			
		И	Наличие карт-схем ежедневных передвижений по программе тура		ДА\НЕТ		5	0,10
		И	Наличие аннотации программы тура на иностранном и русском языках		ДА\НЕТ		4	0,10

		И	Наличие программы тура с указанием затрат времени		ДА\НЕТ		4	0,10
		С	Соответствие нормам делового общения в процессе переговоров с Заказчиком				1	1,00
				0	Контакт не установлен, участники безынициативно ведут диалог, отвечая на вопросы или реплики туриста, испытывают серьезные затруднения в аргументации собственной позиции. Участники использовали менее 50% представленного времени на переговоры.			
				1	Не соблюдены базовые правила делового общения (участник не поздоровался перед началом переговоров, не проявил инициативу в продолжении общения с туристом, не обращается к туристу по имени, фамильярен или зажат в общении, перебивает туриста в процессе общения, речь в основном монологичная. Превышен лимит времени			
				2	Участники проявляют инициативу в диалоге с туристом, в вопросах присутствует обращение к клиенту. Участник умеет слушать и слышать клиента. Отсутствует зажатость в разговоре. Установлен зрительный контакт. Чувствуется настрой на диалог с туристом. Лимит времени не превышен.			
				3	Полный контакт установлен. Высшая степень эмпатии, со стороны участников проявлено полное понимание и внимание к потребностям другой стороны переговоров.			
		С	Качество постановки вопросов клиенту по заказу				1	0,50
				0	Вопросы отсутствуют.			
				1	Непоследовательность в вопросах, вопросы дублируют первичную заявку, неконкретные короткие вопросы.			
3				2	Отсутствует логика в постановке вопросов, уточнены детали отсутствующие в первичной заявке, однако, произошло уточнение заказа в целом.			
				3	Профессиональная грамотность и корректность в постановке вопросов, акцентированность вопросов на требованиях и пожеланиях заказчика, уточнение всех отсутствующих деталей в первичной заявке			
		С	Соответствие программы тура заказу клиента с учетом всех имеющихся особенностей запроса заказчика				5	2,00
				0	Программа тура на заказ не представлена			
				1	Программа тура на заказ не достаточно убедительна по содержанию, выполнена на невысоком содержательном и техническом уровне и не в полном объеме учитывает все особенности запроса заказчика			
				2	Программа тура на заказ убедительна по содержанию, выполнена на высоком техническом уровне, но не в полном объеме учитывает все особенности запроса заказчика			



				3	Программа тура на заказ убедительна по содержанию, оптимальна по форме подачи, полностью учитывает все особенности запроса заказчика			
		С	Креативность и оригинальность программы тура на заказ				2	2,00
				0	Программа тура на заказ не является уникальной и оригинальной разработкой. Отсутствует креативность в подаче материала.			
				1	Низкая степень обоснования. Программа тура на заказ содержит элементы новизны и уникальности. Креативность и оригинальность проявлены слабо			
3				2	Программа тура на заказ в целом обоснована и соответствует заданию. Креативна, но недостаточно оригинальна по содержанию и форме подачи информации			
				3	Программа тура на заказ является оригинальной разработкой. Высокий уровень креативности в подаче материала.			
		С	Соответствие текста аннотации на русском и английском языках заявленным требованиям к подобного рода информации				4	0,30
				0	Текст аннотации на русском и английском языках не соответствует заявленным требованиям к подобного рода информации			
				1	Текст аннотации на русском и английском языках соответствует в недостаточной степени заявленным требованиям к подобного рода информации			
				2	Текст аннотации на русском и английском языках соответствует в полной мере заявленным требованиям к подобного рода информации, но недостаточно информативен			
				3	Текст аннотации на русском и английском языка соответствует всем заявленным требованиям к подобного рода информации			
		С	Демонстрация умения устно излагать информацию о туре на английском языке				1	0,60
				0	Изложение информации о туре на английском языке отсутствует			
				1	Участник демонстрирует низкое владение английским языком. Читает информацию о туре с листа или с электронной презентации.			
				2	Участник в достаточной степени демонстрирует владение английским языком. Излагает информацию о туре изредка обращаясь к тексту			
				3	Оба участника свободно излагают информацию о туре на английском языке			
2	<b>Выбор и обоснования транспортных услуг</b>							
		И	Транспортные услуги соответствует целям и задачам, определенным заказчиком		Учтены временные затраты на переезды. Протяженность(длительность) соответствует целям и задачам Заказчика		5	0,40

					Продолжительность переездов по маршруту тура соответствует целям и задачам Заказчика			
					Обоснован выбор основных ТС			
					Соблюдены условия комфортного (безопасного) перемещения при переездах по маршруту тура			
		И	Предложенные транспортные услуги по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам заказчика		При организации транспортного обслуживания учтен социальный статус туристов (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При организации транспортного обслуживания учтены демографические особенности туристов (пол, возраст)			
		И	Оптимальный выбор транспортных средств, используемых на маршруте		Учтено соотношение количества туристов в группе и количество посадочных мест		5	0,30
					Указана цена перевозки			
					Указаны составляющие комфортабельности ТС			
					Определена лицензированная компания перевозчик			
		И	Произведен учет дорожно-транспортной ситуации		Учтено состояние автодорог при планировании тайминга маршрута		5	0,20
					Учтена загруженность автодорог при планировании тайминга маршрута			
		С	Оптимальность выбора транспортных услуг, включенных в туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные транспортные услуги не соответствуют требованиям Заказчика			
				1	Выбор транспортных услуг, включенных в туристский продукт, учитывает явные (базовые) потребности Заказчика			
				2	Выбор транспортных услуг, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчик			
				3	Выбор транспортных услуг, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчика и его особые пожелания			
3	<b>Выбор и обоснования услуг по размещению туристов</b>							
		И	Средства размещения соответствуют целям и задачам, поставленным заказчиком		Определена категория средств размещения		5	0,40
					Обоснован выбор месторасположения средств размещения			
					Представлена инфраструктура средств размещения			
					Возможности номерного фонда средств размещения позволяют разместить данную группу туристов			
		И	Предложенные услуги размещения по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам заказчика		При выборе вариантов средств и условий размещения учтен социальный статус туристов (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20

					При выборе вариантов средств и условий размещения учтены демографические особенности туристов(пол, возраст)			
		И	Категории номеров и типы размещения туристов в соответствии с заказом определены и обоснованы		Указаны и обоснованы категории номеров, в которых будет производиться размещение туристов		5	0,20
					Указан и обоснован тип размещения туристов в номерах			
					Представлено и обосновано оснащение номеров в соответствии с Заказом туристов			
		С	Оптимальность выбора услуг по размещению туристов, включенных в туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные услуги по размещению туристов не соответствуют требованиям Заказчика			
				1	Выбор услуг по размещению, включенных в туристский продукт, учитывает явные (базовые) потребности Заказчика			
				2	Выбор услуг по размещению туристов, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчик			
				3	Выбор услуг по размещению, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчика и его особые пожелания			
<b>4</b>	<b>Выбор и обоснования услуг по организации питания туристов</b>							
		И	Предприятия питания по туру соответствуют целям и задачам, поставленных заказчиком		Отражены особенности организации режима питания туристов		5	0,40
					При выборе предприятий питание учтено и обосновано их месторасположение			
					Представлены ссылки на сайты предприятий питания			
					Представлена информация о концепции того или иного типа питания			
		И	Предложенные услуги организации питания по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам заказчика		При выборе вариантов организации питания учтен социальный статус туристов (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При выборе вариантов организации питания учтены демографические особенности туристов(пол, возраст)			
		И	При выборе предприятий питания учтены особенности региональной (национальной) кухни.		В презентации присутствует указание на аутентичность предприятий питания		5	0,20
					В презентации присутствует указание на блюда национальной(региональной) кухни			
		С	Оптимальность выбора услуг по организации питания туристов, включенных в туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные услуги по организации питания туристов не соответствуют требованиям Заказчика			

				1	Выбор услуг по организации питания, включенных в туристский продукт, учитывает явные (базовые) потребности Заказчика			
				2	Выбор услуг по организации питания, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчик			
				3	Выбор услуг по организации питания, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчика и его особые пожелания			
5	Выбор и обоснование экскурсионных услуг							
		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствует целям и задачам, поставленным заказчиком		Обосновано соответствие объектов показа и посещения целям Заказчика и программе тура		5	0,40
					Соблюдена логика и последовательность посещения и осмотра объектов экскурсионной программы			
					Представлены услуги и обоснован выбор поставщиков экскурсионных услуг(гид, экскурсовод, переводчик)			
					Использованы дополнительные активности для вовлечения туристов в программу экскурсий			
		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствует демографическим и социальным характеристикам заказчика		При формировании экскурсионной программы тура учтен социальный статус туристов (образование, семейное положение и т.д.)		5	0,20
					При формировании экскурсионной программы тура учтены демографические особенности туристов(пол, возраст)			
		И	Указание на наличие в программе тура памятников культурно-исторического наследия (ЮНЕСКО, федерального, регионального уровня)		ДА\НЕТ		5	0,20
		И	Указание на наличие в программе тура аутентичных мест посещения, являющихся «визитной карточкой» региона		ДА\НЕТ		5	0,20
		И	Наличие и соответствие заказу интерактивных программ в экскурсионной программе тура		Наличие интерактивных программ( не менее двух)		2	0,20
					Соответствие содержания интерактивных программ заказу клиента			
		С	Оптимальность выбора услуг по экскурсионному обслуживанию туристов, включенных в туристский продукт				2	0,50
				0	Выбранные услуги по экскурсионному обслуживанию туристов не соответствуют требованиям Заказчика			
				1	Выбор услуг по экскурсионному обслуживанию туристов, включенных в туристский продукт, учитывает явные (базовые) потребности Заказчика			
				2	Выбор экскурсионных услуг, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчик			

				3	Выбор экскурсионных услуг, включенных в туристский продукт, учитывает все потребности Заказчика и его особые пожелания			
		С	Соответствие внепрограммных, досуговых (аттракций) в месте пребывания, заказу клиента				2	0,30
				0	В презентации отсутствует информация о внепрограммных, досуговых аттракциях в месте пребывания			
				1	Предложенные аттракции не полностью соответствуют запросу клиента			
				2	Представленные аттракции в полной мере соответствуют запросу клиента			
				3	Выбор представленных аттракций обоснован и отражает специфические особенности запроса клиента			
6	<b>Выбор и обоснование иных (дополнительных) услуг</b>							
		И	Наличие в презентации программы маршрута указания на страхование туристов (в случае отсутствия потребности в страховании выставляется технический "ноль")		Представлена верная информация о страховой компании		5	0,30
					Представлена информация о программе страхования			
					Представлена информация размере страховой суммы			
		И	Наличие в презентации программы маршрута указаний на инструктажи, необходимые лицензии, ГОСТы.		Присутствует указание на обязательные инструктажи		5	0,20
					Присутствует указание на необходимые лицензии, ГОСТы			
		С	Качество учета интересов и предпочтений Заказчика при формировании программы тура				2	0,80
				0	Качество учета интересов и запросов Заказчика низкое. В программе тура не учтены специфические особенности туристов, отраженные в "легенде".			
				1	Качество учета интересов и запросов Заказчика среднее. В программе тура лишь частично учтены специфические особенности туристов, отраженные в "легенде"			
				2	Качество учета интересов и запросов Заказчика высокое. В программе тура учтены большинство специфических особенностей туристов, отраженных в "легенде"			
				3	В программе тура учтены все интересы и предпочтения Заказчика, согласно "легенде". Полностью учтены иные, специфические особенности туристов.			
		С	Обоснование выбора основных туристских услуг				5	0,80
				0	Выбор основных туристских услуг не обоснован и не раскрыт в презентации			

				1	В ходе презентации не все туристские услуги были обоснованы			
				2	Выбор всех основных туристских услуг обоснован, но аргументация недостаточно убедительная			
				3	Выбор основных туристских услуг обоснован и раскрыт в ходе презентации полностью			
7	<b>Расчет себестоимости и стоимости туристского обслуживания по программе тура</b>							
		И	Представлены расчеты себестоимости транспортных расходов		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Учтены все составляющие транспортного обслуживания по маршруту при расчете себестоимости		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости транспортных расходов произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлены расчеты себестоимости размещения и проживания		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Учтены все объекты размещения по программе тура при расчете себестоимости размещения		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	При расчете размещения и проживания учтены следующие факторы: количество дней/ночей, категории номеров,		При расчете размещения и проживания учтено количество дней/ночей		4	0,20
					При расчете размещения и проживания учтены категории номеров			
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости размещения и проживания произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлены расчеты себестоимости питания		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Учтены все предприятия питания по программе тура при расчете себестоимости питания		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости питания произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлены расчеты себестоимости экскурсионного обслуживания		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Учтены все экскурсионные услуги, входящие в обязательную программу тура		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости экскурсионного обслуживания произведены, верно		ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлен расчет себестоимости дополнительных услуг по туру		ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Учтены дополнительные услуги, входящие в программу тура (услуги страхования путешественников и прочие услуги)		Указаны и учтены услуги страхования		4	0,20

				Указаны и учтены прочие дополнительные услуги			
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости дополнительных услуг по туру произведены, верно	ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлена итоговая себестоимость тура на группу/человека	ДА\НЕТ		4	0,10
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости тура на группу/человека произведены, верно	ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Представлена итоговая стоимость тура на группу/человека	ДА\НЕТ		4	0,10
		И	В ценовой структуре турпродукта учтена наценка туроператора	ДА\НЕТ		4	0,20
		И	В ценовой структуре турпродукта учтено вознаграждение турагента	ДА\НЕТ		4	0,20
		И	Ценовая структура турпродукта в процентном соотношении представлена в соответствии с практикой российского турбизнеса	ДА\НЕТ		4	0,10
8	<b>Разработка и оформление Памятки туристу</b>						
		И	Представлена общая исходная информация по туру	Представлена информация о названии тура		4	0,30
				Представлена информация о схеме (нитке) маршрута			
				Представлена контактная информация (гид-сопровождающий, менеджеры принимающей стороны, контактная информация туроператора/турагента и т.п.)			
		И	Представлена информация об основных транспортных услугах, включенных в состав тура	Верно представлена информация о датах тура		4	0,50
				Верно представлена информация о времени отправления и времени прибытия и иных данных перевозки			
				Верно представлена информация о нормах провоза багажа, жидкостей и т.д.			
				Верно представлена информация о трансфере			
				Верно представлена информация о перевозках по программе тура			
		И	Представлена информация об условиях размещения туристов	Верно представлены название и категория средства размещения		4	0,30
				Верно представлена вся контактная информация средства размещения			
				Верно представлена информация о check in/check out.			
		И	Представлена информация о документах, необходимых для совершения путешествия	Информация о документах необходимых для осуществления поездки представлена в полном объеме		4	0,30
		И	Представлена информация по безопасности в регионе пребывания	Указаны телефоны экстренных служб		4	0,40
				Предоставлен порядок действий туриста при наступлении несчастного (страхового) случая			

					Даны общие рекомендации личной безопасности, сохранности здоровья и имущества туристов			
					Указаны особенности страны/ региона (места) временного пребывания (религиозные, национальные, культурные)			
		И	Соблюдены требования к оформлению памятки туристу		ДА\НЕТ		4	0,20
9	<b>Качество презентации</b>							
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)		ДА\НЕТ		1	0,20
		И	Время, выделенное на презентацию использовано более чем на 95%		ДА\НЕТ		1	0,20
		И	Наличие в презентации указания на использованные в подготовке презентации открытых актуальных источников (не менее 4)		ДА\НЕТ		3	0,20
		С	Культура речи				1	0,90
				0	Отсутствие культуры речи .В презентации не использована специальная терминология, не продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				1	В выступлении частично присутствуют речевые и стилистические ошибки. В презентации частично использована специальная терминология и слабо продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				2	В выступлении соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.			
				3	Высокий уровень культуры речи Полностью соблюдаются этико-речевые нормы.Высокая степень владения понятийным аппаратом и специальной терминологией.			
		С	Смысловое единство и логика выступления .				1	0,90
				0	Отсутствие смыслового единства и логики выступления.			
				1	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь смыслового единства и логики.			
				2	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу.			
				3	Выступление имеет единый стиль, смысл, логику.			
		С	Аргументированное изложение собственной позиции				3	0,50
				0	Аргументированное изложение собственной позиции отсутствует			
				1	Низкая степень обоснования и изложения собственной позиции			
				2	Участники способны приводить доводы и аргументировать собственную позицию, но не в полной мере их обосновывают			





				0	Полное отсутствие понимания специфики профессиональной деятельности, видения проблем и перспектив отрасли, отсутствия навыков анализа ситуации.			
				1	Участники команды не в полной мере способны мыслить стратегически в области своей профессиональной деятельности. Проявлены умения видеть проблемы и перспективы развития отрасли, но только в рамках развития своего региона. В процессе презентации слабо проявлены способности к анализу проблемы.			
				2	Участники команды в целом способны мыслить стратегически в области своей профессиональной деятельности. Проявлены умения видеть проблемы и перспективы развития отрасли в рамках региона, страны, но не за ее пределами. В процессе презентации проявлены способности к анализу проблемы.			
				3	В большей степени присутствует умение мыслить стратегически во всех областях своей профессиональной деятельности. Умение видеть проблемы и перспективы развития отрасли, как в рамках страны, так и за ее пределами. В процессе презентации проявлены способности к анализу проблемы.			
		С	Культура речи				1	0,90
				0	Отсутствие культуры речи .В презентации не использована специальная терминология, не продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				1	В выступлении частично присутствуют речевые и стилистические ошибки. В презентации частично использована специальная терминология и слабо продемонстрировано владение понятийным аппаратом			
				2	В выступлении соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.			
				3	Высокий уровень культуры речи Полностью соблюдаются этико-речевые нормы.Высокая степень владения понятийным аппаратом и специальной терминологией.			
		С	Смысловое единство и логика выступления.				1	0,90
				0	В выступлении отсутствует смысловое единство и логика.			
				1	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь единства и логики, речь частично отвечает задачам и целям деловой презентации.			
				2	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу.			
				3	Выступление имеет единый стиль, смысл, логику.			
		С	Продемонстрированы навыки успешной коммуникации.				1	0,50

				0	Навыки успешной коммуникации продемонстрированы на низком уровне. Отсутствует доверительное, взаимовыгодное общение. Не используются средства невербальной коммуникации.			
				1	Навыки успешной коммуникации продемонстрированы частично. Уровень эмпатии низкий. При презентации чувствуется эмоциональное напряжение. Используются лишь некоторые способы невербальной коммуникации.			
				2	Навыки успешной коммуникации продемонстрированы в целом. Участникам обладают умением слушать друг друга, способны сконцентрироваться и воспринять информацию. Уровень эмпатии средний. Во время выступления заметна Гибкость и способность искать компромиссы. При выступлении используются средства невербальной коммуникации.			
				3	Высокий уровень демонстрации успешной коммуникации. Конкурсанты не только способны сконцентрироваться и воспринять информацию, но и умеют поощрить партнера по команде, задать уточняющий вопрос, использовать приёмы перефразирования («т.е. вы имели в виду...»), непонимания, резюмирования. Участники обладают способностью почувствовать эмоциональное состояние партнера и учитывать его при построении коммуникации. Владеют в совершенстве средствами невербальной коммуникации.			
		С	Продемонстрированы навыки публичной презентации.				1	0,50
				0	Навыки публичной презентации продемонстрированы на низком уровне. Читают текст с слайдов или с бумажных носителей. Отсутствуют навыки работы с дополнительными методами и приемами, которые обеспечивают более эффективное представление информации.			
				1	Навыки публичной презентации продемонстрированы частично. Периодически читают текст с слайдов или с бумажных носителей. Частично используются во время презентации навыки работы с дополнительными методами и приемами, которые обеспечивают более эффективное представление информации.			
				2	Навыки публичной презентации продемонстрированы в целом. Не используют подсказки, свободно излагают информацию.			
				3	Высокий уровень публичной презентации. Не используют подсказки, свободно, эмоционально, излагают информацию. В высшей степени полезно используют во время презентации навыки работы с дополнительными методами и приемами, которые обеспечивают более эффективное представление информации.			

		С	Широта кругозора и уровень эрудиции участников.				1	0,40
				0	Отсутствие глубоких и всесторонних познаний в области туризма и гостеприимства. Кругозор, широта интересов и взглядов не проявлен.			
				1	Всесторонние познания в области туризма и гостеприимства и смежных областях выражены на среднем уровне. Кругозор, широта интересов и взглядов, информированность, компетентность, интеллект проявлены частично.			
				2	Участники на хорошем уровне продемонстрировали всесторонние познания в области туризма и гостеприимства и смежных областях. Проявлены признаки эрудированности, широта интересов и взглядов, информированность.			
				3	Проявлены глубокие и всесторонние познания в области туризма и гостеприимства и смежных областях. Высочайший уровень эрудированности, широкий кругозор и широта интересов.			
		С	Продемонстрированы навыки и умения работать в команде.				1	0,50
				0	Уровень командных взаимодействий низкий. Пассивность одного из участников во время презентации. Презентацию ведет один участник.			
				1	Уровень командных взаимодействий ниже среднего. Во время презентации активность одного из участников заметна на фоне пассивности другого члена команды. Возникают ситуации, когда участники перебивают друг друга или не оказывают поддержки во время затруднительных ситуаций.			
				2	Уровень командных взаимодействий средний. Участники активно работают в паре. Поддерживают и дополняют друг друга.			
				3	Уровень командных взаимодействий высокий. Каждый участник показал активность в ведении презентации. Не перебивали, в случае затруднительных ситуаций поддерживали друг друга. Участники связаны общей целью, доверяют друг другу, обладают высокой степенью сотрудничества.			
		С	Продемонстрирована мотивация участников к участию в решении предложенных проблемных ситуаций, а также способность к рефлексии как способу отслеживать личностное и профессиональное развитие				2	0,50
				0	Мотивация участников к участию в решении предложенных проблемных ситуаций отсутствует. Отсутствует опыт и знания либо не было попытки отслеживать личностное и профессиональное развитие			

				1	Мотивация участников к участию в решении предложенных проблемных ситуаций низкая. Есть знания о движении, но нет понимания специфики карьеры с учетом полученных личностных и профессиональных навыков			
				2	Мотивация участников к участию в решении предложенных проблемных ситуаций проявлена на среднем уровне. Есть знания и опыт личностного и профессионального роста			
				3	Предельная мотивация участников к участию в решении предложенных проблемных ситуаций. Высокая мотивация на профессиональный рост и карьеру.			
		С	Соблюдение участниками делового корпоративного (единого) стиля в одежде				1	0,30
				0	Деловой корпоративный (единый) стиль во внешнем виде участников команды отсутствует			
				1	Деловой стиль соблюден, но отсутствует корпоративный (единый) стиль команды.			
				2	Деловой корпоративный (единый) стиль в целом соблюден участниками команды, но имеются несоответствия деловому стилю.			
				3	Деловой корпоративный (единый) стиль во внешнем виде полностью соблюден участниками команды			

**Итого**

**####**