


«УТВЕРЖДАЮ»  
Менеджер компетенции  
 Леонов А.М.  
« 12 » 04 2021 г.



**IV вузовский чемпионат ФГБОУ ВО "Национального  
исследовательского Мордовского государственного  
университета им. Н. П. Огарёва" по стандартам  
Ворлдскиллс**

## ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

компетенция  
«R9 ТУРИЗМ»

A large, dark grey, textured area that covers the bottom half of the page, starting from the text "компетенция «R9 ТУРИЗМ»" and extending to the bottom edge. It has a grainy, paper-like texture.

**Техническое описание включает в себя следующие разделы:**

1. ВВЕДЕНИЕ	2
1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ	2
1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА	3
1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ	3
2. СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТА WORLDSKILLS (WSSS)	3
2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)	3
3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ	10
3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ	10
4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ	10
4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ	10
4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ	11
4.3. СУБКРИТЕРИИ	11
4.4. АСПЕКТЫ	12
4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА)	12
4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА	13
4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК	13
4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ	13
4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ	14
5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ	14
5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ	14
5.2. СТРУКТУРА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ	14
	<b>Er</b>
<b>ror! Bookmark not defined.</b>	
5.3. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ	15
5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ	
5.5 УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ	
5.6. СВОЙСТВА МАТЕРИАЛА И ИНСТРУКЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ	
6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ	23
6.1 ДИСКУССИОННЫЙ ФОРУМ	23
6.2. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА	23
6.3. АРХИВ КОНКУРСНЫХ ЗАДАНИЙ	23
6.4. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ	23
7. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ	24
7.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ	24
7.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)	24
7.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ	24
7.4. ПРЕДЛАГАЕМАЯ СХЕМА КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКИ	24
	75

## 1. ВВЕДЕНИЕ

### 1.1. НАЗВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

1.1.1 Название профессиональной компетенции:

Туризм

1.1.2 Описание профессиональной компетенции.

Специалист, осуществляющий туроператорскую и турагентскую деятельность, а также руководитель организации, анализирует мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты, согласовывает основные условия договоров на предоставление услуг, готовит проекты договоров и обеспечивает их заключение, организует проведение мероприятий по продвижению туристского продукта (рекламных кампаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов и др.), заключает договоры о реализации туристского продукта, организует деятельность по реализации туристских продуктов и оказанию отдельных туристских услуг. Специалист осуществляет руководство разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг, осуществляет контроль качества оформления договоров и работы туристского агентства; дает оценку результатам деятельности туристского агентства и качеству оказываемых услуг, обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам, расчет стоимости и определение цены туристских продуктов, осуществляет контроль за бронированием (гостиниц, билетов, транспорта и др.), подтверждением и оформлением договоров, рациональным использованием материальных, финансовых ресурсов, дает оценку результатам деятельности организации.

Специалист, осуществляющий туроператорскую и турагентскую деятельность, а также руководитель организации организует поиск, сбор, первичную обработку и анализ информации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др. для формирования туристских продуктов, изучает требования к оформлению виз и разрабатывает схемы визового обслуживания туристов по конкретному туристскому продукту, разрабатывает схемы бронирования туристских продуктов, их подтверждения и оформления.

Область профессиональной деятельности: формирование, продвижение и реализация туристских продуктов, а также организация экскурсионного обслуживания туристских групп.

Объектами профессиональной деятельности специалиста и руководителя организаций, осуществляющих турагентскую и туроператорскую деятельность являются запросы потребителей туристских услуг; туристские продукты; туристские ресурсы; услуги гостиниц и иных средств размещения, предприятий общественного питания, средств развлечения; экскурсионные, транспортные, туроператорские услуги; технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

Специалист, осуществляющий турагентскую и туроператорскую деятельность - это специалист, который обладает практическими навыками для профессионального выполнения работы по предоставлению турагентских и туроператорских услуг.

## **1.2. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА**

Документ содержит информацию о стандартах, которые предъявляются участникам для возможности участия в соревнованиях, а также принципы, методы и процедуры, которые регулируют соревнования. При этом WSR признаёт авторское право WorldSkills International (WSI). WSR также признаёт права интеллектуальной собственности WSI в отношении принципов, методов и процедур оценки.

Каждый эксперт и участник должен знать и понимать данное Техническое описание.

## **1.3. АССОЦИИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ**

Поскольку данное Техническое описание содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей профессиональной компетенции, его необходимо использовать совместно со следующими документами:

- WSR, Регламент проведения чемпионата;
- WSR, онлайн-ресурсы, указанные в данном документе.
- WSR, политика и нормативные положения
- Инструкция по охране труда и технике безопасности по компетенции

## **2. СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТА WORLDSKILLS (WSSS)**

### **2.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS (WSSS)**

WSSS определяет знание, понимание и конкретные компетенции, которые лежат в основе лучших международных практик технического и профессионального уровня выполнения работы. Она должна отражать коллективное общее понимание того, что соответствующая рабочая специальность или профессия представляет для промышленности и бизнеса.

Целью соревнования по компетенции является демонстрация лучших международных практик, как описано в WSSS и в той степени, в которой они могут быть реализованы. Таким образом, WSSS является руководством по необходимому обучению и подготовке для соревнований по компетенции.

В соревнованиях по компетенции проверка знаний и понимания осуществляется посредством оценки выполнения практической работы. Отдельных теоретических тестов на знание и понимание не предусмотрено.

WSSS разделена на четкие разделы с номерами и заголовками.

Каждому разделу назначен процент относительной важности в рамках WSSS. Сумма всех процентов относительной важности составляет 100.

В схеме выставления оценок и конкурсном задании оцениваются только те компетенции, которые изложены в WSSS. Они должны отражать WSSS настолько всесторонне, насколько допускают ограничения соревнования по компетенции.

Схема выставления оценок и конкурсное задание будут отражать распределение оценок в рамках WSSS в максимально возможной степени. Допускаются колебания в пределах 5% при условии, что они не исказят весовые коэффициенты, заданные условиями WSSS.

«Молодые профессионалы» (WorldSkillsRussia) по компетенции «Туризм» - это профессиональный конкурс (командные соревнования) в области туристской деятельности с двумя участниками. В группах по два человека, участники работают над реализацией запросов туристов, решая каждый день различные конкурсные задачи. Конкурсанты работают в условиях, приближенных к настоящей работе в офисе (туристическом агентстве и пр.), выполняя задачи, указанные в конкурсном задании.

Варианты ситуаций (кейсов), в которых даны запросы клиентов по каждому из рабочих модулей, представляются главным экспертом конкурсантам и экспертам-компатриотам на соревновательной площадке в момент начала работы над модулем. Эксперты оценивают уровень сформированности профессиональных компетенций участников и присуждают баллы в соответствии с критериями оценки. При этом, эксперт-компатриот не участвует в оценке своего «участника».

## 2.2 СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТОВ WorldSkills Russia

РАЗДЕЛ		ОТНОСИТЕЛЬНАЯ ВАЖНОСТЬ (%)
<b>1</b>	Коммуникация и публичная презентация	<b>19</b>
	Участникам необходимо знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>- средства и методы вербального и невербального общения;</li> <li>- методические приемы показа и рассказа;</li> <li>- техники публичных выступлений, рассказа, ответов на вопросы;</li> <li>- основы взаимодействия в команде, обеспечения ее сплоченности;</li> <li>- методы эффективного общения с коллегами, экспертами;</li> <li>- функции, виды и структуру общения;</li> <li>- правила и нормы ведения деловых переговоров;</li> <li>- правила и нормы ведения деловой переписки;</li> <li>- основы межкультурной коммуникации;</li> <li>- основы языковой коммуникации;</li> <li>- иностранный язык;</li> <li>- правила публичной презентации и самопрезентации;</li> <li>- правила и нормы работы с возражениями.</li> </ul>	
	Участникам необходимо уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в различных ситуациях общения;</li> <li>- соотносить средства вербального и невербального общения в процессе коммуникации;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять индивидуальные коммуникационные навыки при решении совместных задач;</li> <li>- оценивать результаты совместного общения;</li> <li>- согласовывать свои действия, мнения, установки с потребностями собеседников;</li> <li>- осуществлять внутренне и внешние профессиональные коммуникации;</li> <li>- проводить деловые переговоры с Заказчиком;</li> <li>- вести деловую переписку;</li> <li>- строить сеть контактов с людьми;</li> <li>- презентовать себя и свои идеи.</li> </ul>	
<b>2</b>	<p>Творчество, критическое мышление и качество разработки турпродукта</p> <p>Участникам необходимо знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- компоненты творческого мышления;</li> <li>- основы разработки и принятия управленческих решений;</li> <li>- методы и принципы развития творческого мышления;</li> <li>- методы и принципы развития творческого мышления;</li> <li>- логические законы и правила;</li> <li>- клиентоориентированность;</li> <li>- законы эмпатии; эмоциональный интеллект;</li> <li>- основы экологического мышления;</li> <li>- основы рефлексии.</li> </ul> <p>Участникам необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нешаблонно мыслить;</li> <li>- находить уникальные и креативные решения;</li> <li>- генерировать совместные идеи;</li> <li>- создавать принципиально новые идеи, отклоняющиеся от традиционных или принятых схем мышления;</li> <li>- способность взвешенно подходить к переработке и потреблению информации;</li> <li>- применять логические законы и правила в организации работы и презентации результатов работы;</li> <li>- умение вовремя употреблять потребности и желания своей аудитории, чтобы удовлетворять их с максимальной пользой ;</li> <li>- понимать эмоции, мотивацию, намерения свои и других людей и управлять этим;</li> <li>- осознанно относиться к происходящим событиям без вреда для себя и окружающих;</li> <li>- самостоятельно, осознанно анализировать свои поступки, поведение, деятельность.</li> </ul>	<b>15</b>
<b>3</b>	<p>Систематизация, анализ и планирование</p> <p>Участникам необходимо знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ключевые показатели статистики туризма;</li> <li>- основные формы статистической отчетности;</li> <li>- методiku проведения рыночных исследований;</li> <li>- инструменты статистического анализа;</li> <li>- основы и принципы планирования;</li> <li>- виды и методы планирования;</li> </ul>	<b>29</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы и методы принятия решений.</li> </ul> <p>Участникам необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять обработку статистических данных;</li> <li>- проводить исследование рынка туристских услуг;</li> <li>- анализировать рынок туристских услуг на основе информации, полученной из различных источников;</li> <li>- планировать результаты профессиональной деятельности;</li> <li>- обосновывать принимаемые управленческие решения подкреплять их расчетами и результатами анализа деятельности организаций туристской индустрии.</li> </ul>	
<b>4</b>	<p>Работа с документами, прикладными и профессиональными программами</p> <p>Участникам необходимо знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы документооборота туристских организаций;</li> <li>- правила и порядок оформления туристской документации</li> <li>- правила и особенности оформления визовых документов;</li> <li>- особенности оформления документов туристов для получения паспортов;</li> <li>- порядок и правила заполнения договора о реализации туристского продукта;</li> <li>- правила оформления коммерческого предложения;</li> <li>- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;</li> <li>- знать регламенты, стандарты, и нормативно-техническую документацию, применяемую в работе туристских организаций;</li> <li>- базовые профессиональные программы;</li> <li>- особенности работы с прикладными офисными программами включая пакет Microsoft Office;</li> <li>- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию;</li> <li>- особенности работы с профессиональными системами бронирования и резервирования;</li> <li>- методы и способы поиска информации на официальных сайтах туристских организаций.</li> </ul> <p>Участникам необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заполнять договор о реализации туристского продукта;</li> <li>- заполнять визовые документы в соответствии с действующими нормами и правилами;</li> <li>- использовать современные информационно-коммуникационные технологии при подготовке документов;</li> <li>- применять и использовать регламенты; стандарты и нормативно-техническую документацию, применяемую в работе туристских организаций;</li> <li>- оформлять технологическую документацию. В том числе для сертификации турпродукта;</li> <li>- оформлять и обрабатывать возражения и претензии к качеству туристского продукта или туристской услуги;</li> <li>- работать с прикладными офисными программами, включая пакет Microsoft Office;</li> </ul>	<b>15</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работать со специализированными туристскими информационными системами;</li> <li>- использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на сайтах-агрегаторах туристских продуктов и услуг;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на официальных сайтах туроператорских организаций;</li> <li>- работать со специализированными система бронирования туров туристских организаций.</li> </ul>	
5	<b>Разработка и формирование туристского продукта</b>	8
	<p>Участникам необходимо знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</li> <li>- основные правила и методику формирования туристских продуктов;</li> <li>- правила оформления документов при взаимодействии с консульскими и государственными учреждениями и страховыми компаниями;</li> <li>- методики расчета стоимости основных и дополнительных услуг в составе туристских продуктов;</li> <li>- особенности обеспечения безопасности в сфере туризма;</li> <li>- методики расчета себестоимости и стоимости туристского продукта;</li> <li>- методы изучения и анализа запросов потребителей;</li> <li>- требования российского законодательства в сфере туризма;</li> <li>- особенности и характеристики туристских регионов;</li> <li>- правила оформления деловой документации;</li> <li>- визовые, таможенные, страховые формальности;</li> <li>- основы ценообразования в туристской деятельности;</li> <li>- особенности бронирования средств размещения;</li> <li>- нормативно-правовое обеспечение формирования туристского продукта и туристских услуг;</li> <li>- правила перевозки различными видами транспорта;</li> <li>- правила страхования;</li> <li>- особенности и правила предоставления услуг предприятиями питания;</li> <li>- особенности формирования туристских продуктов и услуг для отдельных категорий граждан;</li> <li>- принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг.</li> </ul>	
	<p>Участникам необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и анализировать потребности Заказчика;</li> <li>- подбирать оптимальный набор туристских услуг в составе туристского продукта в соответствии с требованиями Заказчика;</li> <li>- проводить маркетинг существующих предложений от действующих туроператоров;</li> <li>- представлять туристский продукт;</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт;</li> <li>- рассчитывать продолжительность туристских маршрутов;</li> <li>- составлять карты-схемы туристских маршрутов;</li> <li>- взаимодействовать с поставщикам туристских услуг;</li> <li>- рассчитывать стоимость вновь сформированного туристского продукта или услуг;</li> <li>- осуществлять подбор уникальных туристских услуг в составе туристского продукта;</li> <li>- формировать туристские продукты с учетом фактора сезонности;</li> <li>- применять методы и принципы ценообразования при формировании туристского продукта;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование транспортных услуг в соответствии с требованиями Заказчика;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование средств размещения и проживания в соответствии с требованиями Заказчика;</li> <li>- осуществлять подбор и бронирование услуг в соответствии с требованиями Заказчика.</li> </ul>	
<b>6</b>	<p>Продвижение и реализация туристского продукта</p>	<b>14</b>
	<p>Участникам необходимо знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;</li> <li>- стратегии продвижения туристских продуктов и услуг;</li> <li>- современные информационно-коммуникационные технологии;</li> <li>- инструменты продвижения туристских продуктов и услуг;</li> <li>- методы использования информационных технологий в продвижении туристского продукта;</li> <li>- основы рекламы;</li> <li>- SMM инструменты продвижения туристских продуктов;</li> <li>- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;</li> <li>- особенности и способы участия в выставках туристской направленности;</li> <li>- основные инструменты государственного регулирования рекламной деятельности в туризме и практики их применения;</li> <li>- основы медиапланирования;</li> <li>- основы бюджетирования;</li> <li>- основы стратегического планирования;</li> <li>- особенности использования SEO при продвижении туристских продуктов;</li> <li>- особенности формирования и стимулирования каналов сбыта;</li> <li>- туристские формальности стран;</li> <li>- требования консульств стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;</li> <li>- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;</li> <li>- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;</li> <li>- технологии продаж;</li> </ul>	

	<p>- особенности и правила формирования сбытовой сети в туризме.</p> <p>Участникам необходимо уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные информационно-коммуникационные технологии при продвижении туристских продуктов;</li> <li>- использовать современную систему оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования;</li> <li>- разрабатывать концепции продвижения туристского продукта с использованием современных технологий;</li> <li>- выбирать и применять оптимальные технологии продаж, инструменты управления и контроля качества услуг в туристской деятельности;</li> <li>- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов;</li> <li>- систематизировать и анализировать проведенные маркетинговые исследования;</li> <li>- планировать рекламную кампанию;</li> <li>- анализировать и оценивать эффективность проведенной рекламной кампании;</li> <li>- реализовывать целостную стратегию привлечения и удержания клиентов;</li> <li>- формировать коммуникационную стратегию бренда;</li> <li>- запускать и оптимизировать рекламные кампании;</li> <li>- формировать комплексную стратегию продвижения туристского в зависимости от особенностей туристского продукта;</li> <li>- рассчитывать бюджет продвижения туристского продукта и услуг;</li> <li>- участвовать в выставках и ярмарках туристской направленности;</li> <li>- формировать и использовать механизмы стимулирования каналов сбыта;</li> <li>- выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации;</li> <li>- информировать потребителя о туристских продуктах;</li> <li>- взаимодействовать с поставщиками туристских по реализации и продвижению туристского продукта;</li> <li>- использовать каталоги и ценовые приложения;</li> <li>- работать с заявками на бронирование туров;</li> <li>- использовать эффективные методы общения с заказчиками на русском и иностранном языках;</li> <li>- выбирать оптимальный туристский продукт;</li> <li>- анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам;</li> <li>- осуществлять бронирование туристских продуктов и услуг;</li> <li>- оформлять необходимый комплект документов при реализации туристского продукта;</li> <li>- работать с GDS и ADS системами;</li> <li>- формировать агентские сети;</li> <li>- организовывать и контролировать взаимодействие участников рынка туристских услуг.</li> </ul>	
--	---	--

## 3. ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ

### 3.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Стратегия устанавливает принципы и методы, которым должны соответствовать оценка и начисление баллов WSR.

Экспертная оценка лежит в основе соревнований WSR. По этой причине она является предметом постоянного профессионального совершенствования и тщательного исследования. Накопленный опыт в оценке будет определять будущее использование и направление развития основных инструментов оценки, применяемых на соревнованиях WSR: схема выставления оценки, конкурсное задание и информационная система чемпионата (CIS).

Оценка на соревнованиях WSR попадает в одну из двух категорий: измерение и судейское решение. Для обеих категорий оценки использование точных эталонов для сравнения, по которым оценивается каждый аспект, является существенным для гарантии качества.

Схема выставления оценки должна соответствовать процентным показателям в WSSS. Конкурсное задание является средством оценки для соревнования по компетенции, и оно также должно соответствовать WSSS. Информационная система чемпионата (CIS) обеспечивает своевременную и точную запись оценок, что способствует надлежащей организации соревнований.

Схема выставления оценки в общих чертах является определяющим фактором для процесса разработки Конкурсного задания. В процессе дальнейшей разработки Схема выставления оценки и Конкурсное задание будут разрабатываться и развиваться посредством итеративного процесса для того, чтобы совместно оптимизировать взаимосвязи в рамках WSSS и Стратегии оценки. Они представляются на утверждение Менеджеру компетенции вместе, чтобы продемонстрировать их качество и соответствие WSSS.

## 4. СХЕМА ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ

### 4.1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ

В данном разделе описывается роль и место Схемы выставления оценки, процесс выставления экспертом оценки конкурсанту за выполнение конкурсного задания, а также процедуры и требования к выставлению оценки.

Схема выставления оценки является основным инструментом соревнований WSR, определяя соответствие оценки Конкурсного задания и WSSS. Она предназначена для распределения баллов по каждому оцениваемому аспекту, который может относиться только к одному модулю WSSS.

Отражая весовые коэффициенты, указанные в WSSS Схема выставления оценок устанавливает параметры разработки Конкурсного задания. В зависимости от природы навыка и требований к его оцениванию может быть полезно изначально разработать Схему выставления оценок более детально, чтобы она послужила

руководством к разработке Конкурсного задания. В другом случае разработка Конкурсного задания должна основываться на обобщённой Схеме выставления оценки. Дальнейшая разработка Конкурсного задания сопровождается разработкой аспектов оценки.

В разделе 2.1 указан максимально допустимый процент отклонения, Схемы выставления оценки Конкурсного задания от долевых соотношений, приведенных в Спецификации стандартов.

Схема выставления оценки и Конкурсное задание могут разрабатываться одним человеком, группой экспертов или сторонним разработчиком. Подробная и окончательная Схема выставления оценки и Конкурсное задание, должны быть утверждены Менеджером компетенции.

Кроме того, всем экспертам предлагается представлять свои предложения по разработке Схем выставления оценки и Конкурсных заданий на форум экспертов для дальнейшего их рассмотрения Менеджером компетенции.

Во всех случаях полная и утвержденная Менеджером компетенции Схема выставления оценки должна быть введена в информационную систему соревнований (CIS) не менее чем за два дня до начала соревнований, с использованием стандартной электронной таблицы CIS или других согласованных способов. Главный эксперт является ответственным за данный процесс.

## **4.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

Основные заголовки Схемы выставления оценки являются критериями оценки. В некоторых соревнованиях по компетенции критерии оценки могут совпадать с заголовками разделов в WSSS; в других они могут полностью отличаться. Как правило, бывает от пяти до девяти критериев оценки, при этом количество критериев оценки должно быть не менее трёх. Независимо от того, совпадают ли они с заголовками, Схема выставления оценки должна отражать долевые соотношения, указанные в WSSS.

Критерии оценки создаются лицом (группой лиц), разрабатывающим Схему выставления оценки, которое может по своему усмотрению определять критерии, которые оно сочтет наиболее подходящими для оценки выполнения Конкурсного задания.

Сводная ведомость оценок, генерируемая CIS, включает перечень критериев оценки.

Количество баллов, назначаемых по каждому критерию, рассчитывается CIS. Это будет общая сумма баллов, присужденных по каждому аспекту в рамках данного критерия оценки.

## **4.3. СУБКРИТЕРИИ**

Каждый критерий оценки разделяется на один или более субкритериев. Каждый субкритерий становится заголовком Схемы выставления оценок.

В каждой ведомости оценок (субкритериев) указан конкретный день, в который она будет заполняться.

Каждая ведомость оценок (субкритериев) содержит оцениваемые аспекты, подлежащие оценке. Для каждого вида оценки имеется специальная ведомость оценок.

#### 4.4. АСПЕКТЫ

Каждый аспект подробно описывает один из оцениваемых показателей, а также возможные оценки или инструкции по выставлению оценок.

В ведомости оценок подробно перечисляется каждый аспект, по которому выставляется отметка, вместе с назначенным для его оценки количеством баллов.

Сумма баллов, присуждаемых по каждому аспекту, должна попадать в диапазон баллов, определенных для каждого раздела компетенции в WSSS. Она будет отображаться в таблице распределения баллов CIS, в следующем формате:

Критерий					Итого баллов за раздел WSSS	БАЛЛЫ СПЕЦИФИКАЦИИ СТАНДАРТОВ	ВЕЛИЧИНА ОТКЛОН
Разделы Спецификации стандарта WS (WSSS)		A	B	C			
	1	5,4	5,4	8,2	19	19	0
	2	0,9	9,1	5	15	18	0
	3		1,7	27,3	29	29	0
	4	10,4	3,8	0,8	15	15	0
	5		8		8	3	0
	6	5,3	8	0,7	14	16	0
Итого баллов за критерий		22	36	42	100	100	0

#### 4.5. МНЕНИЕ СУДЕЙ (СУДЕЙСКАЯ ОЦЕНКА)

При принятии решения используется шкала 0–3. Для четкого и последовательного применения шкалы судейское решение должно приниматься с учетом:

- эталонов для сравнения (критериев) для подробного руководства по каждому аспекту
- шкалы 0–3, где:
  - 0: исполнение не соответствует отраслевому стандарту;

- 1: исполнение соответствует отраслевому стандарту;
- 2: исполнение соответствует отраслевому стандарту и в некоторых отношениях превосходит его;
- 3: исполнение полностью превосходит отраслевой стандарт и оценивается как отличное

Каждый аспект оценивают три эксперта, каждый эксперт должен произвести оценку, после чего происходит сравнение выставленных оценок. В случае расхождения оценок экспертов более чем на 1 балл, экспертам необходимо вынести оценку данного аспекта на обсуждение и устранить расхождение.

#### 4.6. ИЗМЕРИМАЯ ОЦЕНКА

Оценка каждого аспекта осуществляется тремя экспертами. Если не указано иное, будет присуждена только максимальная оценка или ноль баллов. Если в рамках какого-либо аспекта возможно присуждение оценок ниже максимальной, это описывается в Схеме оценки с указанием измеримых параметров.

#### 4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗМЕРИМЫХ И СУДЕЙСКИХ ОЦЕНОК

Окончательное понимание по измеримым и судейским оценкам будет доступно, когда утверждена Схема оценки и Конкурсное задание. Приведенная таблица содержит приблизительную информацию и служит для разработки Оценочной схемы и Конкурсного задания.

Модуль/Критерий		Баллы		
		Мнение судей	Измеримая	Всего
<b>А</b>	<b>Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура</b>	<b>5,5</b>	<b>16,5</b>	<b>22</b>
<b>В</b>	<b>Разработка, обоснование и продвижение нового туристского маршрута</b>	<b>16,5</b>	<b>19,5</b>	<b>36</b>
<b>С</b>	<b>Стратегическое планирование в туристской деятельности</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>42</b>
<b>Всего</b>		<b>48</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

#### 4.8. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИИ

##### 4.8.1. Для Вузовских чемпионатов (17-35 лет)

№ п/п	Наименование модуля	День соревнований	Максимальный балл	Время на выполнение
А	Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура	С1	22	3 часа 30 минут

В	Разработка, обоснование и продвижение нового туристского маршрута	С1	36	4 часа
С	Стратегическое планирование в туристской деятельности	С2	42	7 часов

#### 4.9. РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ

Главный эксперт и Заместитель Главного эксперта обсуждают и распределяют Экспертов по группам (состав группы не менее трех человек) для выставления оценок. Каждая группа должна включать в себя как минимум одного опытного эксперта. Эксперт не оценивает участника из своей организации.

Штрафные очки начисляются экспертами за следующие нарушения:

1. нарушения техники безопасности:

- нарушение техники безопасности при работе с оборудованием (до 3 за каждое);
- нарушения, могущие повлечь за собой опасность для жизни и здоровья участников либо третьих лиц (до 5 за каждое);
- нарушения дисциплины (до 2 за каждое).

2. ошибки технического плана:

- неправильное использование оборудования либо его порча (до 5 за каждое);
- нерациональное использование расходных материалов (до 2 за каждое);
- оставление мусора на рабочем месте (до 2 за каждое).

## 5. КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

### 5.1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Разделы 2, 3 и 4 регламентируют разработку Конкурсного задания. Рекомендации данного раздела дают дополнительные разъяснения по содержанию КЗ.

Продолжительность Конкурсного задания не должна быть менее 15 и более 22 часов.

Возрастной ценз участников для выполнения Конкурсного задания от 16 до 22 лет.

Вне зависимости от количества модулей, КЗ должно включать оценку по каждому из разделов WSSS.

Конкурсное задание не должно выходить за пределы WSSS.

Оценка знаний участника должна проводиться исключительно через практическое выполнение Конкурсного задания.

При выполнении Конкурсного задания не оценивается знание правил и норм WSR.

## 5.2. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Конкурсное задание для Финала межвузовского чемпионата содержит 3 модуля:

- А: Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура;
- В: Формирование, обоснование и продвижение нового туристского продукта;
- С: Стратегическое планирование в туристской деятельности.

п/п	Наименование модуля	Рабочее время	Время на задание
1	Модуль А. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура	С1 09.00- 13.00	2 часа 30 минут + 1 час (6 минут на презентацию)
2	Модуль В. Формирование, обоснование и продвижение нового туристского продукта	С1 14.00- 18.00	3 часа 00 минут + 1 час (7 минут презентация)
3	Модуль С. Стратегическое планирование в туристской деятельности	С2 09.00- 13.00 14.00- 17.00	6 часов 00 минут( 3+3/4+2) + 1 час (10 минут презентация)

### Модуль А. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура.

Участникам озвучивается для анализа на рабочих местах специально подготовленная ситуация, в которой представлен запрос клиента на подбор пакетного тура по заданным критериям. В соответствии с заказом клиента участники осуществляют поиск пакетного тура и оформляют презентацию программы обслуживания по пакетному туру. Участники представляют экспертам памятку туристу о поездке (скрин с сайта туроператора) в соответствии с заданием. Информация в программе обслуживания по пакетному туру, должна сопровождаться ссылками на открытые актуальные источники (не менее четырех) и обоснованием их достоверности.

Участники оформляют и сдают экспертам коммерческое предложение, в котором излагается суть оферты менеджера турагентства по запросу клиента.



Письмо (коммерческое предложение) составляется в соответствии со стандартами деловой переписки и предоставляется в печатном виде в объеме до 2 страниц.

Конкурсанты **оформляют и сдают экспертам заполненный договор** о реализации турпродукта между турагентом и клиентом в соответствии с требованиями приказа Минэкономразвития России от 19.03.2019 №135 «Об утверждении типовых форм договора о реализации туристского продукта, заключаемого между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, и договора о реализации туристского продукта, заключаемого между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком» и иными нормативно-правовыми актами.

Конкурсанты **составляют и сдают экспертам калькуляцию стоимости** туристского продукта. А именно, предоставляют базовую стоимость туристского продукта, калькуляцию обязательных доплат по туру и дополнительных услуг, механизм конвертации валют, расчет прибыли турагентства в соответствии с базовой комиссией туроператора.

Конкурсантам в ходе работы над запросом клиента предоставляется возможность в течение ограниченного времени (не более 5 минут) обратиться к клиенту и задать уточняющие вопросы по организации путешествия и оформлению документов в процессе реального общения (переговоров) с заказчиком для определения требований туристов и анализа мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.

Конкурсанты готовят презентацию предлагаемого турпродукта, демонстрируя: качество постановки вопросов клиенту по заявке, соответствие нормам деловой переписки (делового общения); качество презентации программы обслуживания по пакетному туру; культуру речи, смысловое единство и логику выступления; умение продуктивно использовать выделенное время для презентации; навыки работы в PowerPoint.

## **Модуль В. Формирование, обоснование и продвижение нового туристского продукта**

В соответствии с заданной темой конкурсанты разрабатывают новый уникальный туристский продукт и программу его продвижения.

Участники обосновывают концепцию и уникальность нового продукта, выделяют основную идею, определяют целевую аудиторию нового продукта. В ходе разработки и презентации программы обслуживания по туру конкурсанты разрабатывают и **сдают экспертам программу маршрута с указанием затрат времени**, обосновывают соответствие программы нового туристского продукта клиента с учетом всех особенностей запроса заказчика.

Участники в ходе презентации туристского продукта представляют информацию о стоимости туристского продукта на ранке, стоимости экскурсионного пакета, дополнительных услуг.

В процессе разработки нового уникального турпродукта конкурсанты составляют общую карту-схему маршрута тура. Участники обосновывают требования безопасности на маршруте тура.

Объекты посещения и показа отбираются участниками с учетом их мотивированного включения в маршрут тура. При условии соответствия общей концепции и идее маршрута, конкурсантами предлагается уникальная интерактивная программа, элементы которой демонстрируются в ходе презентации программы туристского продукта.

Конкурсанты разрабатывают программу продвижения сформированного ими нового туристского продукта. Выявляют основных конкурентов по продвижению данного продукта, определяют и обосновывают конкурентные преимущества своего туристского продукта. Конкурсанты выделяют статусную характеристику туристского продукта, его уникальность и стратегии позиционирования, целевые группы потребителей, обосновывают полноту, важность и ядро целевой аудитории для реализации программы продвижения.

Конкурсанты разрабатывают и сдают экспертам **план-график мероприятий по продвижению туристского продукта** с использованием наиболее оптимальных online и offline инструментов продвижения с указанием этапов реализации и бюджета. Участники определяют и обосновывают отношение целевой группы к определённой сфере (b2b, b2c, b2g). Участники предлагают варианты распределения бюджета программы продвижения тура, обосновывая соответствие бюджета рекламной компании с этапами реализации программы продвижения, его реалистичность и экономическую эффективность в условиях продвижения в заданном регионе.

Конкурсанты разрабатывают, представляют и передают экспертам макет рекламного проспекта сформированного тура на русском и иностранном языке **(оба варианта сдаются экспертам)**.

В ходе презентации конкурсанты демонстрируют: креативность и оригинальность программы нового туристского турпродукта; соответствие аттракций в месте пребывания запросам клиентов; обоснованный выбор основных туристских услуг; качество предъявления программы продвижения турпродукта; качество определения целевой аудитории; креативность и оригинальность логотипа и слогана туристского продукта; соответствие логотипа и слогана идейной составляющей и замыслу турпродукта, а также культуру речи, смысловое единство и логику выступления; умения излагать информацию о туре на иностранном языке в ходе презентации туристского продукта; умение продуктивно использовать выделенное время для презентации; навыки работы в PowerPoint.

## **Модуль С. Стратегическое планирование в туристской деятельности**

*Задания по модулю разрабатываются и согласуются главным экспертом чемпионата с Менеджером компетенции не позднее 7 (семи) календарных дней до начала чемпионата (С1 - 7дней). При составлении задания главный эксперт определяет три локации (региона), которые оглашаются участникам в день С-3( за 5 (пять) дней до начала работы над модулем) с целью*

*более эффективной подготовки к выполнению задания. Один из конвертов с подготовленным заданием по одной из ранее представленных локаций (регионов) выбирается методом случайной выборки в день С 2 перед началом модуля.*

В ходе выполнения задания участники разрабатывают комплекс эффективных мер, направленных на привлечение (формирование, активизацию) туристских потоков в выбранном регионе (городе, локации) или по заданному направлению туризма. В ходе выполнения модуля участники выявляют проблемы развития туризма и предлагают варианты их решения. Участники предлагают рациональные меры поддержки и развития туризма государством, бизнесом и общественными организациями.

Конкурсантам необходимо представить «визитную карточку» региона (территории, локации) и описана его значение в развитии туристической индустрии, провести системный анализ туристической и сопутствующей инфраструктуры региона (территории или локации), выявить ключевые элементы и связи между ними, провести анализ внешней среды, выявить факторы микро и макросреды, влияющие на туристическую деятельность в регионе (территории, локации), провести SWOT-анализ (выявление и обоснование сильных и слабых сторон исследуемой системы, факторов и рисков, препятствующих развитию туризма в регионе, а также возможностей развития туризма в регионе), представить характеристику конъюнктуры рынка (ключевых участников туристского обмена), определить сегмент потенциальных туристов на которых ориентирована стратегия развития, а также обосновать важность и необходимость совершенствования действующей системы развития выбранной локации.

Конкурсантам необходимо, опираясь на официальные (достоверные) источники информации при сборе и предоставлении статистических данных, проанализировать и представить статистические показатели развития территории.

Конкурсантам необходимо обосновать важность и целесообразность совершенствования действующей системы развития выбранной территории, провести анализ с использованием статистических показателей развития территории, выявить и охарактеризовать рыночную конъюнктуру.

Участникам необходимо проанализировать уровень развития туризма в выбранной территории, определить риски, препятствующие развитию туристских услуг. При этом, особое внимание необходимо обратить на представление **авторской** концепции развития туризма на выбранной территории.

При выполнении задания конкурсанты должны использовать современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма. Выводы и результаты работы над модулем должны быть подтверждены ссылками на достоверные источники и статистические данные.

При разработке и обосновании стратегии развития территории проводится оценка качества проведенного анализа уровня развития туризма в выбранной

локации и качество разработки концепции, а также реалистичность ее применения на практике. Проверка оригинальности идеи концепции осуществляется с использованием системы «Антиплагиат.ВУЗ».

Как результат работы над модулем участники представляют электронную презентацию, в которой должны содержаться наглядные материалы, дополняющие концепцию, в том числе графики, таблицы, карты, схемы и т.д. Все элементы концепции должны сопровождаться презентационными слайдами и демонстрировать: качество разработанной стратегии развития и продвижения региона; культуру речи, смысловое единство и логику выступления; умение продуктивно использовать выделенное время для презентации; навыки работы в PowerPoint.

На выступление участников команды отводится 10 минут. По окончании презентации по модулю, эксперты задают участникам вопросы непосредственно связанные с заданием. Команда отвечает на вопросы в течение трех минут и не более чем на три вопроса.

Результаты работы над модулем должны быть логичны и взаимосвязаны.

#### **5.4. РАЗРАБОТКА КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ**

Конкурсное задание разрабатывается по образцам, представленным Менеджером компетенции на форуме WSR (<http://forum.worldskills.ru> ). Представленные образцы Конкурсного задания должны меняться один раз в год.

##### **5.4.1. КТО РАЗРАБАТЫВАЕТ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ/МОДУЛИ**

Общим руководством и утверждением Конкурсного задания занимается Менеджер компетенции. К участию в разработке Конкурсного задания могут привлекаться:

- Сертифицированные эксперты WSR;
- Сторонние разработчики;
- Иные заинтересованные лица.

В процессе подготовки к каждому соревнованию при внесении 30 % изменений к Конкурсному заданию участвуют:

- Главный эксперт;
- Сертифицированный эксперт по компетенции (в случае присутствия на соревновании);
- Эксперты принимающие участия в оценке (при необходимости привлечения главным экспертом).

Внесенные 30 % изменения в Конкурсные задания в обязательном порядке согласуются с Менеджером компетенции.

Выше обозначенные люди при внесении 30 % изменений к Конкурсному заданию должны руководствоваться принципами объективности и беспристрастности. Изменения не должны влиять на сложность задания, не должны относиться к иным профессиональным областям, не описанным в WSSS, а также исключать любые блоки WSSS. Также внесённые изменения должны быть

исполнимы при помощи утверждённого для соревнований Инфраструктурного листа.

#### 5.4.2. КАК РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Конкурсные задания к каждому чемпионату разрабатываются на основе единого Конкурсного задания, утверждённого Менеджером компетенции и размещённого на форуме экспертов. Задания могут разрабатываться как в целом так и по модулям. Основным инструментом разработки Конкурсного задания является форум экспертов.

#### 5.4.3. КОГДА РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

Конкурсное задание разрабатывается согласно представленному ниже графику, определяющему сроки подготовки документации для каждого вида чемпионатов.

Временные рамки	Локальный чемпионат	Отборочный чемпионат	Национальный чемпионат
Шаблон Конкурсного задания	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего Национального чемпионата	Берётся в исходном виде с форума экспертов задание предыдущего Национального чемпионата	Разрабатывается на основе предыдущего чемпионата с учётом всего опыта проведения соревнований по компетенции и отраслевых стандартов за 6 месяцев до чемпионата
Утверждение Главного эксперта чемпионата, ответственного за разработку КЗ	За 2 месяца до чемпионата	За 3 месяца до чемпионата	За 4 месяца до чемпионата
Публикация КЗ (если применимо)	За 1 месяц до чемпионата	За 1 месяц до чемпионата	За 1 месяц до чемпионата
Внесение и согласование с Менеджером компетенции 30% изменений в КЗ	В день С-2	В день С-2	В день С-2

<b>Внесение предложений на Форум экспертов о модернизации КЗ, КО, ИЛ, ТО, ПЗ, ОТ</b>	В день С+1	В день С+1	В день С+1
--	------------	------------	------------

## 5.5 УТВЕРЖДЕНИЕ КОНКУРСНОГО ЗАДАНИЯ

Главный эксперт и Менеджер компетенции принимают решение о выполнимости всех модулей и при необходимости должны доказать реальность его выполнения. Во внимание принимаются время и материалы.

Конкурсное задание может быть утверждено в любой удобной для Менеджера компетенции форме.

### Требования к конкурсной площадке:

В инфраструктурном листе подробно представлено все оборудование, материалы и средства, предоставляемые организатором Чемпионата.

Инфраструктурный лист доступен на веб-сайте чемпионата.

В инфраструктурном листе указываются позиции и количества, запрашиваемые Менеджером профессионального конкурса от имени Экспертов для следующего Чемпионата. Организатор Чемпионата должен постоянно обновлять Инфраструктурный лист, указывая фактическое количество, тип, и модель для позиций. Позиции, поставляемые Организатором чемпионата, приведены в отдельной колонке.

На каждом Чемпионате, Менеджер профессионального конкурса обязан проводить анализ, проверку и обновление Инфраструктурного листа совместно с Техническим обозревателем в целях подготовки к следующему Чемпионату. Менеджер компетенции должен сообщать Директору профессионального конкурса о любых требованиях по увеличению пространства и (или) количества оборудования.

Инфраструктурный лист не включает позиции, которые требуются от конкурсантов и (или) экспертов, и позиции, которые запрещается приносить конкурсантам - они указаны ниже.

Ящик для инструмента конкурсанта, материалы, оборудование и инструменты, предоставляемые конкурсантами, материалы, оборудование и инструменты предоставляемые экспертами не предусмотрены.

Конкурсантам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи, карты памяти, мобильные телефоны, а также любые другие средства коммуникации. Запрещается пользоваться почтовыми серверами (за исключением тех вариантов, когда это указано в задании к модулю).

Во время соревнований участники обязаны соблюдать деловой стиль. Основные требования нестрогого делового стиля: пиджак, брюки и юбка могут

быть разными по цвету и фактуре ткани; допускаются блузка с юбкой, водолазки, трикотажные изделия; возможно использование фирменных аксессуаров: галстук, платок, фирменная нашивка и т.д.

Конкурс проводится на русском языке (знание иностранного языка обязательно). Некоторые разделы заданий могут быть на иностранном языке. Вся документация, публичные презентации и общение с экспертами – на русском языке.

### **Требования к рабочей площадке:**

Рабочая зона должна быть максимально соответствовать офисному помещению.

#### Общая схема:

#### Для каждого Конкурсанта(команды)

- Рабочее место площадью 3 кв.м. на каждого Конкурсанта ;
- Расстояние между рабочей зоной Конкурсантов и публичной зоной составляет не менее одного метра;
- Электрическая розетка и удлинитель для каждой команды;
- Стол для каждого участника(команды) офисный
- В доступе для участников стабильный интернет-канал. На одно рабочее место (2 участника) не менее 3(трех) Мбит.
- Компьютеры участников, представляющих одну команду, должны быть объединены в одну локальную сеть.
- Рабочее кресло должно быть с подлокотниками, подъёмно-поворотным, регулируемым по высоте и углам наклона сиденья и спинки.
- Рабочее место должно быть оборудовано канцелярскими принадлежностями ( ручка, бумага, карандаш; при необходимости флэшкарта)

#### Зона презентаций ( брифинг зона)

- Зона презентаций оборудуется оборудованием для демонстрации электронных презентаций и соответствующей мебелью ( стулья , столы и т.д. )

#### Зона судейства

- Обеспечивается оборудованием для просматривания электронных презентаций и соответствующей мебелью ( стулья , столы и т.д. )
- Площадь Экспертной зоны составляет четыре квадратных метра для каждого Эксперта (примерно 15 x 4);
  - Экспертная зона должна быть оборудована запирающейся дверью.

#### Общая зона

- Гардероб для Конкурсантов и Экспертов;
- Станция обслуживания (пакеты для мусора, питьевая вода и т.д.);

#### Общие требования к рабочей площадке

- Хорошее рабочее освещение (750 люкс для каждой рабочей зоны и зоны судейства);

- Регулируемый (высокий) стул;
- Держатель для мусора;
- Таймер;
- Зона судейства;
- Большие часы

## 6. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ И ОБЩЕНИЕ

### 6.1 ДИСКУССИОННЫЙ ФОРУМ

Все предконкурсные обсуждения проходят на особом форуме (<http://forum.worldskills.ru>). Решения по развитию компетенции должны приниматься только после предварительного обсуждения на форуме. Также на форуме должно происходить информирование о всех важных событиях в рамке компетенции. Модератором данного форума являются Международный эксперт и (или) Менеджер компетенции (или Эксперт, назначенный ими).

### 6.2. ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ЧЕМПИОНАТА

Информация для конкурсантов публикуется в соответствии с регламентом проводимого чемпионата. Информация может включать:

- Техническое описание;
- Конкурсные задания;
- Обобщённая ведомость оценки;
- Инфраструктурный лист;
- Инструкция по охране труда и технике безопасности;
- Дополнительная информация.
- 

### 6.3. АРХИВ КОНКУРСНЫХ ЗАДАНИЙ

Конкурсные задания доступны по адресу <http://forum.worldskills.ru>.

### 6.4. УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

Общее управление компетенцией осуществляется Международным экспертом и Менеджером компетенции с возможным привлечением экспертного сообщества.

Управление компетенцией в рамках конкретного чемпионата осуществляется Главным экспертом по компетенции в соответствии с регламентом чемпионата.



## **7. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ**

### **7.1. ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЛИСТ**

Инфраструктурный лист включает в себя всю инфраструктуру, оборудование и расходные материалы, которые необходимы для выполнения Конкурсного задания. Инфраструктурный лист обязан содержать пример данного оборудования и его чёткие и понятные характеристики в случае возможности приобретения аналогов.

При разработке Инфраструктурного листа для конкретного чемпионата необходимо руководствоваться Инфраструктурным листом, размещённым на форуме экспертов Менеджером компетенции. Все изменения в Инфраструктурном листе должны согласовываться с Менеджером компетенции в обязательном порядке.

На каждом конкурсе технический эксперт должен проводить учет элементов инфраструктуры. Список не должен включать элементы, которые попросили включить в него эксперты или конкурсанты, а также запрещенные элементы.

По итогам соревнования, в случае необходимости, Технический эксперт и Главный эксперт должны дать рекомендации Оргкомитету чемпионата и Менеджеру компетенции о изменениях в Инфраструктурном листе.

### **7.2. МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ В ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ ЯЩИКЕ (ТУЛБОКС, TOOLBOX)**

Не предусмотрен

### **7.3. МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ, ЗАПРЕЩЕННЫЕ НА ПЛОЩАДКЕ.**

Конкурсантам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи, карты памяти, мобильные телефоны, а также любые другие средства коммуникации. Запрещается пользоваться почтовыми серверами (за исключением тех вариантов, когда это указано в задании к модулю).

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

### **7.4. ПРЕДЛАГАЕМАЯ СХЕМА КОНКУРСНОЙ ПЛОЩАДКИ**

Схема конкурсной площадки

