

Мероприятие  
Номер компетенции  
Наименование компетенции  
Наименование квалификации  
Шифр КОД

Региональный этап чемпионата по  
профессиональному мастерству 2024  
9  
Туризм  
неактуально  
неактуально

Код	Подкритерий	Тип аспекта	Аспект
-----	-------------	-------------	--------

**Обработка и оформление  
заказа клиента по подбору  
А пакетного тура**

1	Общая характеристика программы пакетного тура в соответствии с заданными критериями		
		И	Представлена информация о заказе
		И	Дана характеристика страны(н) пребывания туристов
		И	Выбор страны обоснован и сделан верно, в соответствии с запросом туристов
		И	Дана характеристика дестинации в стране(ах) пребывания туристов

		И	Обоснован выбор дестинации в соответствии с запросом туристов
		И	Предоставлена информация о действующем туроператоре, сформировавшем пакетный тур
		И	Представлена актуальная информация (скриншот с сайта туроператора) о наличии пакетного тура в системе бронирования "поиск/подбор/бронирование тура"
		И	Продемонстрировано умение осуществлять поиск и бронирование туристских продуктов с использованием GDS/ADS (в случае отсутствия необходимости использования, выставляется технический ноль)
		И	Цель поездки сформулирована и представлена в соответствии с запросом Заказчика верно
		И	Информация о сроках поездки соответствует требованиям туриста и представлена верно
		И	Информация о продолжительности поездки соответствует требованиям туриста и представлена верно
		И	Предоставлена полная информация о составе и возрасте туристов
		И	Представлена информация о ценовой категории пакетного тура
		И	Представлен скриншот памятки туристу с сайта ТО сформировавшего выбранный турпакет
2	Основной (обязательный) комплекс услуг по пакетному туру		
		И	Предоставлена информация о транспортных услугах

		И	Представлена полная информация о транспортном обслуживании программных мероприятий тура (переезды по маршруту)
		И	Предоставлена информация о трансфере
		И	Предоставлена информация о средстве (ах) размещения

		И	Представлена информация о категории номеров и типах размещения
		И	Предоставлена информация о типе(ах) питания
		И	Учтены индивидуальные особенности при организации питания туристов (диетическое, детское, вегетарианское меню и.д.). В случае отсутствия запроса Туриста ставится технический ноль.
		И	Представлена информация по рекомендуемым экскурсиям
		И	Представлена информация по внепрограмным мероприятиям
		С	Качество презентации рекомендованных средств и условий размещения по пакетному туру

3	Туристские формальности		
		И	Предоставлена полная информация о страховании
		И	Учтены пожелания туриста по дополнительному страхованию
		И	Предоставлена полная информация о визовом обслуживании. В случае отсутствия ВО ставится технический ноль

		И	Представлена информация об актуальных условиях въезда и пребывания в стране (в том числе в условиях распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19)
		С	Качество предъявления участниками пакетного тура
4	Оформление коммерческого предложения на поездку		
		И	Соответствие нормам деловой переписки
		И	Произведено сравнение цен по однородным туристским продуктам сформированными различными туроператорами;
		И	Произведен выбор и обоснование места пребывания для совершения путешествия
		И	Произведен выбор и обоснованы оптимальные даты и продолжительность для организации путешествия

		И	Произведен выбор и обоснованы условия авиа перелета (переезда) по заказу клиента
		И	Присутствует информация по описанию средств и условий размещения
		И	Произведен выбор и обоснованы условия питания
		И	Наличие информации на визовое обслуживание, его стоимость и прочие обязательные документы и сборы при пересечении границ
		И	Присутствует информация по рекомендуемым экскурсиям, досуге и развлечениям
		И	Присутствует указание на итоговую стоимость пакетного тура
5	Составление калькуляции стоимости туристского продукта		
		И	Базовая стоимость туристского продукта, соответствует данным из системы бронирования туроператора и представлена верно
		И	Расчет стоимости дополнительных услуг по пакетному туру, приобретаемых клиентом, представлен верно
		И	Расчет обязательных доплат по пакетному туру, представлен верно

		И	Расчет итоговой стоимости пакетного тура в иностранной валюте и в рублевом эквиваленте по текущему курсу туроператора, сформировавшего пакетный тур, представлена верно
		И	Итоговая стоимость пакетного тура для клиента, представлена верно
		И	Расчет прибыли агентства по пакетному туру в рублях представлен верно
6	Заполнение Договора между Турагентом и Туристом		
		И	Заполнение реквизитов договора
		И	Преамбула. Наименование Турагента заполнено верно
		И	Преамбула. Наименование ТО
		И	Преамбула. Заказчик / Турист
		И	Заполнение пункта "Порядок оплаты"
		И	Заполнение пункта 7.4 Иные условия договора
		И	Раздел Реквизиты и подписи сторон: «Исполнитель» заполнен верно
		И	Раздела Реквизиты и подписи сторон: «Заказчик» заполнен верно

		И	Заявка на бронирование. Раздел 1. Сведения о туристе содержит информацию
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.1. Программа пребывания, маршрут и условия путешествия содержит информацию
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.2. Средство размещения содержит информацию
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.3. Условия проживания содержит информацию
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.4. Информация об услугах перевозки содержит информацию (ДЛЯ РЕЙСОВ ТУДА-ОБРАТНО, в т.ч. для стыковочных рейсов)

		И	Раздел 2.5. Услуги по перевозке в стране (месте) временного пребывания содержит информацию
		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)
		И	Заявка на бронирование. Раздел 2.7. Иные дополнительные услуги. (ЗАПОЛНЕН / НЕ ЗАПОЛНЕН) (в соответствии с предложенным туром во время презентации)
		И	Заявка на бронирование. Раздел 3. Общая цена Туристского продукта в рублях содержит информацию
		И	Заявка на бронирование. Раздел 4. Сведения о договоре добровольного страхования в пользу Туриста (ЗАПОЛНЕН ВЕРНО)
		И	Заполнение Приложения к заявке. Перечень дополнительной информации, доведенной до заказчика (ЗАПОЛНЕН / НЕ ЗАПОЛНЕН последний пункт)
		И	Приложение 2. Раздел 1. Сведения о Турагенте содержит информацию

		И	Приложение 2. Раздел 2. Информация о Туроператоре, по поручению которого Турагент осуществляет продвижение и реализацию Туристского продукта содержит информацию
		И	Приложение 2. Раздел 3. Сведения об организации (организациях), предоставившей(-их) Туроператору финансовое обеспечение ответственности туроператора содержит информацию
		И	Приложение 2. Раздел 4. Сведения об объединении туроператоров, в сфере выездного туризма, членом которого является Туроператор содержит информацию

		С	Соответствие нормам делового общения
		С	Качество постановки вопросов клиенту по заявке.

7	Качество презентации		
		И	Продemonстрировано умение предоставить информацию с использованием открытых актуальных источников (не менее четырех)
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)
		И	Время, выделенное на презентацию программы тура, использовано более чем на 95%
		С	Культура речи
		С	Смысловое единство и логика выступления


<b>Работа с возражениями</b>			
<b>Б туриста</b>			

1	Использование алгоритма работы с возражениями туриста		
		И	Участники использовали алгоритм работы с возражениями
		И	Участники использовали технику принятия возражения
		И	Участники использовали технику проверки истинности возражения
		И	Участники аргументированно провели обработку возражений клиента
		И	Участники, в подкреплении своих доводов и аргументов, приводили ссылки на различные информационные источники

		И	Участники, в процессе обработки возражений клиента, подкрепляли свои доводы с привлечением и демонстрацией дополнительной информации
		И	Участники убедились, что возражение снято
		И	Участники предприняли шаги для подведения туриста к заключению Договора о реализации тура
		С	Продемонстрированы навыки работы с возражениями

		С	Продемонстрированы навыки реализации техники принятия возражения

		И	Продemonстрированы навыки реализации техники проверки истинности возражения

		С	Продemonстрированы навыки аргументации предложенного решения выдвинутому возражению

2	Использование навыков делового общения в работе с возражениями туристов		
		С	Соответствие нормам делового общения

		С	Продemonстрированы навыки успешной коммуникации.

<b>Формирование и обоснование нового туристского продукта</b>			
1	Общая характеристика программы нового туристского продукта в соответствии с заданными критериями		
		И	Представлена общая информации о турпродукте. Перечислены основные характеристики в соответствии с заданием (кейсом)
		И	Дана характеристика территории путешествия
		И	Представлена информация об основных локациях по туру
		И	Представлена тема нового турпродукта
		И	Представлена концепция нового турпродукта
		И	Уникальность турпродукта определена по 2 и более показателям

		И	Представлена целевая (клиентская) аудитория нового турпродукта по демографическим и социальным характеристикам
		И	Определено не менее двух целевых групп
		И	Наличие программы маршрута тура с указанием затрат времени
		И	Указаны сроки, продолжительность, сезонность путешествия и количество заездов
		И	Общая карта-схема маршрута
		И	Наличие аннотации программы нового турпродукта на иностранном и русском языке
		И	Наличие карт-схем ежедневных передвижений по программе маршрута тура
		С	Качество обоснования концепции нового турпродукта

		С	Соответствие программы нового туристского продукта заданию (кейсу) с учетом всех имеющихся особенностей запроса
		С	Креативность и оригинальность программы нового туристского продукта

		С	Соответствие текста аннотации на русском и английском языках заявленным требованиям к подобного рода информации
		С	Демонстрация умения устно излагать информацию о туре на английском языке

2	Выбор и обоснования транспортных услуг		
		И	Транспортная схема соответствует заданию, цели и задачам нового турпродукта
		И	Предложенные транспортные услуги по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории
		И	Оптимальный выбор транспортных средств, использующихся на маршруте
3		И	Произведен учет дорожно-транспортной ситуации

		С	Оптимальность выбора транспортных услуг, включенных в маршрут турпродукта
3	Выбор и обоснования услуг по размещению туристов		
		И	Средства размещения на маршруте соответствуют заданию и цели нового турпродукта
		И	Предложенные услуги размещения по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории

		И	Категории номеров и типы размещения туристов определены и обоснованы в соответствии с заданием
		С	Оптимальность выбора услуг по размещению туристов, включенных в туристский продукт
4	Выбор и обоснования услуг по организации питания туристов		
		И	Предприятия питания на маршруте соответствуют заданию и цели нового турпродукта
		И	Предложенные услуги организации питания по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории

		И	При выборе предприятий питания учтены особенности региональной (национальной) кухни.
		С	Оптимальность выбора услуг по организации питания туристов, включенных в новый туристский продукт
5	Выбор и обоснование экскурсионных услуг		
		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствуют заданию и цели нового турпродукта

3		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствует демографическим и социальным характеристикам целевой аудитории
		И	Указание на наличие в программе маршрута памятников культурно-исторического наследия (ЮНЕСКО, федерального, регионального уровня)
		И	Указание на наличие в программе маршрута аутентичных мест посещения, являющихся «визитной карточкой» региона
		С	Оптимальность выбора услуг по экскурсионному обслуживанию туристов, включенных в новый туристский продукт

6	Организация интерактивных программ и предложенные внепрограммные досуговые мероприятия (аттракции) в местах пребывания туристов		
		И	Наличие интерактивных программ на маршруте
		И	Разнообразие представленных в маршруте интерактивных программ (не менее двух)
		И	Соответствие содержания интерактивных программ программе турпродукта
		С	Качество и полнота учета интересов и предпочтений целевой аудитории при формировании программы нового турпродукта
		С	Выбор внепрограммных досуговых мероприятий (аттракций) в месте пребывания соответствуют заданию и цели нового турпродукта

7	Выбор и обоснование иных (дополнительных) услуг		
		И	Наличие в программе турпродукта услуг по страхованию туристов
		И	Наличие в программе турпродукта указаний на инструктажи, необходимые лицензии.
		И	Наличие указаний на правовые нормы, конкретные ГОСТы
		С	Обоснование выбора основных туристских услуг
8	Расчет себестоимости и стоимости нового туристского продукта		
		И	Представлены расчеты себестоимости транспортных услуг

		И	Учтены все составляющие транспортного обслуживания по маршруту при расчете себестоимости
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости транспортных услуг произведены, верно
		И	Представлены расчеты себестоимости услуг размещения и проживания
		И	Учтены все объекты размещения по программе тура при расчете себестоимости размещения
		И	При расчете размещения и проживания учтены следующие факторы: количество дней/ночей, категории номеров
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости размещения и проживания произведены, верно
		И	Представлены расчеты себестоимости питания
		И	Учтены все предприятия питания по программе тура при расчете себестоимости питания
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости питания произведены, верно
		И	Представлены расчеты себестоимости экскурсионного обслуживания
		И	Учтены все экскурсионные услуги, входящие в программу турпродукта
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости экскурсионного обслуживания произведены, верно
		И	Представлен расчет себестоимости дополнительных услуг по туру
		И	Учтены иные услуги, входящие в программу тура (услуги страхования и т.п.)

		И	Арифметические операции при расчете себестоимости иных услуг по туру произведены, верно
		И	Представлена итоговая себестоимость тура на группу/человека
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости тура на группу/человека произведены, верно
		И	Представлена итоговая стоимость тура на группу/человека
		И	В ценовой структуре турпродукта учтена наценка туроператора
		И	В ценовой структуре турпродукта учтено вознаграждение турагента
		И	Ценовая структура турпродукта в процентном соотношении представлена в соответствии с практикой российского турбизнеса
9	Заполнение технологической карты туристского путешествия		
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о наименовании и виде маршрута
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о протяженности маршрута (км)
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о продолжительности поездки (сут.)
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о количестве туристов в группе
		И	Раздел 1 Предоставлена информация о стоимости (ориентировочн.)
		И	Раздел 2 Предоставлена информация о населенных пунктах, расстоянии между ними

		И	Раздел 2. Представлена информация о способах передвижения, указание времени прибытия в пункт и выезда из него
3		И	Раздел 2 Предоставлена информация о размещении туристов (месторасположение, категория средства размещения)
		И	Раздел 2. Предоставлена информация о номерах и другие 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.
		И	Раздел 2. В наличии информация о виде перевозки на каждом этапе маршрута при предоставлении транспортных услуг
		И	Раздел 2 В наличии информация о классе(ах) обслуживания при предоставлении транспортных услуг
		И	Раздел 2 Предоставлена информация о других услугах
		И	Раздел 3 В соответствии с требованиями предоставлено краткое описание маршрута
		И	Раздел 3 Предоставление краткого описания по каждому дню поездки

10	Качество презентации		
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)
		И	Время, выделенное на презентацию использовано более чем на 95%
		И	Наличие в презентации указания на использованные в подготовке презентации открытых актуальных источников (не менее 4)
		С	Культура речи
		С	Смысловое единство и логика выступления .

		С	Аргументированное изложение собственной позиции
<b>Г Продвижение туристского продукта</b>			
1	Общая информация о разработчике турпродукта		
		И	Представлена информация о туроператоре-разработчике данного турпродукта
		И	Представлена характеристика турпродукта
		И	Уникальность турпродукта определена по двум и более показателям определена верно
2	Конкурентное преимущество турпродукта		
		И	Представлена информация о конкурентах
		И	Определены конкурентные преимущества «своего» турпродукта (не менее 2).

		И	Представлено сравнение собственного туристского продукта, с продуктами конкурентов
		И	Преимущества туристского продукта в сравнении с конкурентами обоснованы верно
3	Целевая аудитория турпродукта		
		И	Целевая аудитория определена верно
		И	Обоснованы важность и полнота определения целевой аудитории
		И	Ядро целевой аудитории определено верно
		И	Обоснованы важность и полнота определения основного ядра целевой аудитории
		С	Анализ качества определения целевой аудитории

		И	Определено верно отношение целевой группы к сфере b2c
		И	Определено верно отношение целевой группы к сфере b2b
		И	Определено верно отношение целевой группы к сфере b2g
		И	Обосновано отношение целевой группы к определенной сфере (b2b, b2c, b2g)
		И	Указание на основной способ продвижения в соответствии с целевой аудиторией
4	Полнота разработки программы продвижения нового турпродукта		
		И	Наличие (указание) на стратегию позиционирования туристского продукта
		И	Наличие плана-графика продвижения туристского продукта
		И	Обоснование сроков и продолжительности в плане-графике продвижения турпродукта
		И	Обоснование выбора инструментов продвижения турпродукта в плане-графике
		И	Представлено указание на офф-лайн инструменты продвижения ( не менее трех)

		И	Представлено указание на он-лайн инструменты продвижения( не менее трех)
		И	Наличие расчета бюджета программы продвижения турпродукта
		И	Обоснование распределения бюджета рекламной компании с этапами реализации программы продвижения
		И	Определена схема расчета затрат согласно предложенных инструментов продвижения (стоимость изготовление рекламных материалов, трансляций, рекламных акций, кликов, SEO и т.д.)
		И	При определении бюджета программы продвижения и его соответствия доходности от реализации туристского продукта учтены особенности «домашнего» региона
		С	Реалистичность представленных инструментов продвижения

		С	Реалистичность бюджета программы продвижения с учетом особенностей «домашнего» региона
		С	Предъявление участниками программы продвижения турпродукта
5	Заполнение брифа (задания) для рекламного агентства		
		И	Общая информация

		И	Раздел: Информация о компании/бренде
		И	Раздел: Целевая аудитория
		И	Раздел: Информация о товарах/услугах

		И	Раздел: Информация о конкурентах
		И	Раздел: Цели и задачи будущей рекламной компании
6	Разработка и оформление рекламного буклета		
		И	Присутствует информация об объекте рекламирования (туристском продукте)

		И	Присутствует описание способов приобретения турпродукта
		И	Присутствует информация об продавце турпродукта, контактные данные
		И	Представлены элементы фирменного стиля ТО
		И	Присутствует логотип и слоган турпродукта
		И	Присутствует информация об условиях приобретения турпродукта
		И	Присутствует призыв к действию потребителей
		И	Соблюдена структура композиции буклета (позиция информационных блоков, чередование текстовой и графической составляющих и их визуальная связь между собой)
		И	Соблюдены требования к форматированию (Отступы от мест сгибов, разбивка на абзацы, красная строка, использование шрифтов)
		И	Соблюдены требования к оформлению рекламного буклета(памятки) / Лифлет ЕВРО в 2 сложения, (в развороте А4) двухсторонний
		С	Качество предъявления участниками рекламного буклета(памятки)

		С	Креативность и оригинальность разработанного рекламного буклета(памятки)
7	Качество презентации		
		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)
		И	Время, выделенное на презентацию использовано более чем на 95%
		И	Наличие в презентации указания на использованные в подготовке презентации открытых актуальных источников (не менее 4)
		С	Культура речи

		С	Смысловое единство и логика выступления .
		С	Аргументированное изложение собственной позиции
<b>Разработка программы тура по заказу клиента</b>			
<b>Д</b>	<b>1</b>		Общая характеристика программы тура на заказ в соответствии с запросом
		И	Представлена информации о заказе
		И	Дана характеристика территории путешествия

		И	Предоставлена информация о основных локациях по маршруту тура
		И	Присутствует обоснование выбора территории в соответствии с заказом
		И	Представлена информация о цели поездки в соответствии с заказом
		И	Представлена полная информация о составе и возрасте туристов
		И	Указаны сроки, продолжительность путешествия
		И	Общая карта-схема маршрута
		И	Наличие карт-схем ежедневных передвижений по программе тура
		И	Наличие программы тура с указанием затрат времени
		С	Соответствие нормам делового общения в процессе переговоров с Заказчиком



		С	Соответствие программы тура заказу клиента с учетом всех имеющихся особенностей запроса заказчика
		С	Креативность и оригинальность программы тура на заказ
3			
2	Выбор и обоснования транспортных услуг		

		И	Транспортные услуги соответствует целям и задачам, определенным заказчиком
		И	Предложенные транспортные услуги по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам заказчика
		И	Оптимальный выбор транспортных средств, использующихся на маршруте
		И	Произведен учет дорожно-транспортной ситуации
		С	Оптимальность выбора транспортных услуг, включенных в туристский продукт

3	Выбор и обоснования услуг по размещению туристов		
		И	Средства размещения соответствуют целям и задачам, поставленным заказчиком
		И	Предложенные услуги размещения по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам заказчика
		И	Категории номеров и типы размещения туристов в соответствии с заказом определены и обоснованы
		С	Оптимальность выбора услуг по размещению туристов, включенных в туристский продукт

4	Выбор и обоснования услуг по организации питания туристов		
		И	Предприятия питания по туру соответствуют целям и задачам, поставленных заказчиком
		И	Предложенные услуги организации питания по программе тура соответствуют демографическим и социальным характеристикам заказчика
		И	При выборе предприятий питания учтены особенности региональной (национальной) кухни.
		С	Оптимальность выбора услуг по организации питания туристов, включенных в туристский продукт

5	Выбор и обоснование экскурсионных услуг		
		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствует целям и задачам, поставленных заказчиком
		И	Отбор экскурсионных объектов показа и посещения соответствует демографическим и социальным характеристикам заказчика
		И	Указание на наличие в программе тура памятников культурно-исторического наследия (ЮНЕСКО, федерального, регионального уровня)
		И	Указание на наличие в программе тура аутентичных мест посещения, являющихся «визитной карточкой» региона

		И	Наличие и соответствие заказу интерактивных программ в экскурсионной программе тура
		С	Оптимальность выбора услуг по экскурсионному обслуживанию туристов, включенных в туристский продукт
		С	Соответствие внепрограммных, досуговых (аттракций) в месте пребывания, заказу клиента
6	Выбор и обоснование иных (дополнительных) услуг		

		И	Наличие в презентации программы маршрута указания на страхование туристов (в случае отсутствия потребности в страховании выставляется технический "ноль")
		И	Наличие в презентации программы маршрута указаний на инструктажи, необходимые лицензии, Госты.
		С	Качество учета интересов и предпочтений Заказчика при формировании программы тура
		С	Обоснование выбора основных туристских услуг

7	Расчет себестоимости и стоимости туристского обслуживания по программе тура		
		И	Представлены расчеты себестоимости транспортных расходов
		И	Учтены все составляющие транспортного обслуживания по маршруту при расчете себестоимости
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости транспортных расходов произведены, верно
		И	Представлены расчеты себестоимости размещения и проживания
		И	Учтены все объекты размещения по программе тура при расчете себестоимости размещения
		И	При расчете размещения и проживания учтены следующие факторы: количество дней/ночей, категории номеров,
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости размещения и проживания произведены, верно
		И	Представлены расчеты себестоимости питания
		И	Учтены все предприятия питания по программе тура при расчете себестоимости питания
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости питания произведены, верно
		И	Представлены расчеты себестоимости экскурсионного обслуживания

		И	Учтены все экскурсионные услуги, входящие в обязательную программу тура
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости экскурсионного обслуживания произведены, верно
		И	Представлен расчет себестоимости дополнительных услуг по туру
		И	Учтены дополнительные услуги, входящие в программу тура (услуги страхования путешественников и прочие услуги)
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости дополнительных услуг по туру произведены, верно
		И	Представлена итоговая себестоимость тура на группу/человека
		И	Арифметические операции при расчете себестоимости тура на группу/человека произведены, верно
		И	Представлена итоговая стоимость тура на группу/человека
		И	В ценовой структуре турпродукта учтена наценка туроператора
		И	В ценовой структуре турпродукта учтено вознаграждение турагента
		И	Ценовая структура турпродукта в процентном соотношении представлена в соответствии с практикой российского турбизнеса
8	Разработка и оформление Памятки туристу		
		И	Представлена общая исходная информация по туру

		И	Представлена информация об основных транспортных услугах, включенных в состав тура
		И	Представлена информация об условиях размещения туристов
		И	Представлена информация о документах, необходимых для совершения путешествия
		И	Представлена информация по безопасности в регионе пребывания
		И	Соблюдены требования к оформлению памятки туристу
9	Качество презентации		

		И	Презентация не превысила выделенный лимит времени (тайм-менеджмент)
		И	Время, выделенное на презентацию использовано более чем на 95%
		И	Наличие в презентации указания на использованные в подготовке презентации открытых актуальных источников (не менее 4)
		С	Культура речи
		С	Смысловое единство и логика выступления .

		С	Аргументированное изложение собственной позиции
<b>Е Специальное задание</b>			
1	Специальное задание		
		с	Продemonстрированы навыки формулировать уточняющие вопросы по специальному заданию
		С	Продemonстрированы навыки формулировать доводы и обоснованные аргументы в ответ на вопросы экспертов

		С	Продемонстрирована оригинальность предложенных идей, новизна, способность креативно подходить к решению творческих задач
		С	Присутствует качество, полнота и глубокое понимание специфики профессиональной деятельности

		С	Культура речи

		С	Смысловое единство и логика выступления.
		С	Продемонстрированы навыки успешной коммуникации.

		С	Продemonстрированы навыки публичной презентации.

		С	Широта кругозора и уровень эрудиции участников.



		С	Продемонстрирована мотивация участников к участию в решении предложенных проблемных ситуаций, а также способность к рефлексии как способу отслеживать личностное и профессиональное развитие
		С	Соблюдение участниками делового корпоративного (единого) стиля в одежде


Судейский балл	Методика проверки аспекта	Требование или номинальный размер	Проф. задача	Макс. балл
----------------	---------------------------	-----------------------------------	--------------	------------

**20.00**

	Представлена первичная информация от Заказчика (краткая заявка)		6	0.20
	Представлена информация, полученная от Заказчика в результате переговоров (уточненная заявка)			
	Представлено рекреационно-географическое положение страны(н)		6	0.20
	Представлены рекреационные ресурсы страны			
	ДА/НЕТ		6	0.10
	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.			

	ДА/НЕТ		4	0.10
	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)			
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		6	0.10
	ДА/НЕТ		6	0.20
	ДА/НЕТ		6	0.20
	Предоставлена полная информация о составе туристов		6	0.20
	Предоставлена полная информация о возрасте туристов			
	ДА/НЕТ		6	0.10
	ДА/НЕТ		6	0.20
	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"			
	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			
	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			
	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.)			
	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)			
	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			
	ДА/НЕТ		6	0.10
	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			
	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			
			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.			
	Представлена информация о страховой компании		6	0.20
	Представлена информация о программе страхования, входящей в пакетный тур и размер страховой суммы			
	ДА/Нет		6	0.20
	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.)			

	ДА/НЕТ		6	0.10
			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			
	Присутствует корректное обращении к адресату		1	0.20
	Присутствует контактная информация и реквизиты для обратной связи			
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20
	Произведен выбор и обоснованы оптимальные даты путешествия		4	0.20

	Произведен выбор и обоснована продолжительность для организации путешествия			
	ДА/НЕТ		4	0.20
	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			
	ДА/НЕТ		4	0.20
	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			
	Представлена информация об экскурсионных объектах посещения в стране пребывания		4	0.20
	Представлена информация о развлекательных объектах, функционирующих в стране пребывания			
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20

	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20
	ДА/НЕТ		4	0.20
	указан город		4	0.20
	указана дата заключения Договора			
	Указан номер Договора			
	указано полное и сокращенное наименование турагента		4	0.30
	указаны ФИО сотрудника			
	указана Должность			
	указано Юридическое название ТО		4	0.30
	указан реестровый номер туроператора			
	указаны Реквизиты агентского договора			
	правильно выбран тип покупателя: Заказчик/ Турист		4	0.20
	указаны ФИО заказчика/туриста			
	указаны полномочия Заказчика на заключение Договора			
	указаны сроки оплаты		4	0.30
	указан порядок оплаты			
	Указан способ оплаты			
	ДА/НЕТ		4	0.10
	указано наименование (ЮЛ (полное и сокращенное) или ИП)		4	0.30
	указан Адрес			
	указаны ИНН/КПП			
	указаны банковские реквизиты			
	указаны телефон, e-mail, сайт			
	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. )			
	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			
	указана страна		4	0.30
	указан город/курорт			
	указаны даты пребывания			
	указано количество дней/ночей			
	указаны даты начала/окончания тура			
	указано наименование средства размещения		4	0.30
	указано место нахождения средства размещения			
	указана категория средства размещения			
	указаны даты заезда и выезда			
	указана категория номера		4	0.30
	указан тип размещения в номере			
	указано количество человек в номере			
	указана категория питания			
	указан маршрут		4	0.30
	указан класс обслуживания			
	указан номер рейса			
	указана дата/время			

	заполнена графа Примечание			
	указаны ФИО Туристов		4	0.30
	указан маршрут перевозки			
	указан тип трансфера			
	указана категория транспорта			
	указан вид транспорта			
	ДА/НЕТ		4	0.10
	ДА/НЕТ		4	0.10
	указана общая цена, сумма цифрами и прописью		4	0.30
	указана стоимость туристского продукта в у.е.			
	указан курс туроператора на день заключения договора			
	ДА/НЕТ		4	0.10
	ДА/НЕТ		4	0.10
	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			
	указано полное наименование		4	0.30
	указано покращенное наименование			
	указан адрес (место нахождения)			
	указан почтовый адрес			
	указан реестровый номер			
	указан телефон/факс			
	указан адрес электронной почты/Сайт			
	указан режим работы			
	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			
	указан адрес (местонахождение) организации		4	0.20
	указан телефон "Горячая линия"			

	указан адрес электронной почты/сайт			
			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.			
			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			
	ДА/НЕТ		3	0.10
	ДА/НЕТ		1	0.20
	ДА/НЕТ		1	0.20
			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.			
			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.			

**6.00**

	ДА/НЕТ		2	0.20
	Выражено понимание (согласие) важности и значимости для клиента, заявленного возражения		2	0.20
	Сформулированы уточняющие вопросы по сделанному возражению			
	Заданы вопросы для уточнения истинности/ложности возражения		2	0.30
	Заданы вопросы для выявления сути истинного возражения			
	Верно определена истинность возражения			
	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			
	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			
	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			
	ДА/НЕТ		2	0.30
	ДА/НЕТ		2	0.30
			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). Продemonстрировали 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			
			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.			
			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			
			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. Продemonстрировали 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			
			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, 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.			
			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	<p>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.</p>			
				<b>25.00</b>
	ДА/НЕТ		3	0.20
	Представлена характеристика рекреационного потенциала территории путешествия		3	0.20
	Присутствует географическое расположение (карта, граница, часовой пояс, природные условия)			
	ДА/НЕТ		3	0.10
	ДА\НЕТ		5	0.10
	ДА\НЕТ		2	0.20
	ДА\НЕТ		2	0.20

	Целевая аудитория определена по демографическим характеристикам		6	0.20
	Целевая аудитория определена по социальным характеристикам			
	ДА\НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		5	0.20
	Указаны сроки и количество заездов		5	0.30
	Указана и обоснована продолжительность тура			
	Учтена сезонность при формировании тура			
	Наличие карты-схемы		5	0.30
	Присутствует указание на протяженность маршрута			
	Присутствует указание на "нитку", основные локации по маршруту			
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		5	0.20
			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 туристско-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			
			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)			
			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			
			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			
			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			
	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			
	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)			
	Учтено соотношение количества туристов в группе и количество посадочных мест		5	0.30
	Указана цена перевозки			
	Указаны составляющие комфортабельности ТС			
	Определена лицензированная компания перевозчик			
	Учтена загруженность автодорог при планировании тайминга маршрута тура		5	0.20
	Учтено состояние автодорог при планировании тайминга маршрута тура			

			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)			
	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 определенную заданием			
	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)			

	Указаны и обоснованы категории номеров, в которых будет производится размещение туристов по маршруту тура		5	0.20
	Указан и обоснован тип размещения туристов в номерах			
			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)			
	Обоснован выбор и отражены особенности режима питания туристов		5	0.40
	При выборе предприятий питания учтено и обосновано их месторасположение			
	Выбор предприятий питания соответствует заявленной концепции маршрута			
	При выборе предприятий питания учтен и обоснован способ(ы) обслуживания ("шведский стол", а la carte, a part, table d, hote, буфетное обслуживание и т.д.)			
	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)			
	указана аутентичность предприятий питания		5	0.20
	присутствует информация о блюдах и особенностях кухни (региональная, национальная и т.п.)			
			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)			
	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			
	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)			
	ДА\НЕТ		5	0.20
	ДА\НЕТ		5	0.20
			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)			

	ДА\НЕТ		1	0.10
	ДА\НЕТ		2	0.20
	ДА\НЕТ		2	0.20
			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)			
			2	0.30

0	В презентации отсутствует информация об аттракциях в месте пребывания			
1	Предложенные аттракции не полностью соответствуют заданию и цели нового турпродукта			
2	Представленные аттракции в полной мере соответствуют заданию и цели нового турпродукта			
3	Выбор представленных аттракций обоснован и отражает специфические особенности задания и цели нового турпродукта			
	Представлена верная информация о страховой компании		5	0.30
	Представлена информация о программе страхования и размере страховой суммы			
	Представлена информация размере страховой суммы			
	Указание на инструктажи		5	0.20
	Указание на лицензии			
	ДА\НЕТ		5	0.10
			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			
	ДА\НЕТ		4	0.20



	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	Представлена информация о наименовании маршрута		4	0.20
	Представлена информация о виде маршрута			
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.20
	Предоставлена информация о населенных пунктах		4	0.20
	Предоставлена информация о расстоянии между ними			

	Представлена информация о способах передвижения		4	0.20
	Представлена информация о времени прибытия в пункт и выезда из него			
	Предоставлена информация о месторасположении средства размещения		4	0.20
	Предоставлена информация о категории средства размещения			
	Предоставлена информация о номерах средств размещения на каждом этапе		4	0.20
	Предоставлена информация о особенностях средств размещения на каждом этапе			
	Предоставлена полная информация о запланированных туристских услугах		4	0.20
	Предоставлена полная информация о запланированных экскурсионных услугах (наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа)			
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	Дано описание каждого дня путешествия в соответствии с заявленными требованиями в КЗ		4	0.20

	Соблюден стиль изложения информации (аннотирование)			
	ДА\НЕТ		1	0.20
	ДА\НЕТ		1	0.20
	ДА\НЕТ		3	0.20
			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.			
			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.			
			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			
				<b>16.00</b>
	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			
	Представлены основные характеристики турпродукта		3	0.20
	Представлены особые характеристики турпродукта			
	ДА\НЕТ		2	0.20
	Присутствует указание на прямых конкурентов		6	0.30
	Присутствует указание на косвенных конкурентов			
	Дано указание на конкурентный туристский продукт			
	ДА\НЕТ		6	0.20

	ДА\НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		6	0.20
	Целевая аудитория определена по 1 характеристике		6	0.3
	Целевая аудитория определена по 2 характеристикам			
	Целевая аудитория определена по 3 и более характеристикам			
	ДА/НЕТ		6	0.20
	Ядро целевой аудитории определено по 1-2 характеристикам		6	0.20
	Ядро целевой аудитории определено по 3 и более характеристикам			
	ДА\НЕТ		6	0.20
			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			
	ДА\НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		6	0.20
	Обосновано к b2b		6	0.30
	Обосновано к b2c			
	Обосновано к b2g			
	ДА\НЕТ		6	0.20
	Обоснован выбор стратегии(й) позиционирования туристского продукта		6	0.20
	Указано верно на объективное и субъективное позиционирование турпродукта			
	ДА\НЕТ		6	0.10
	Обоснованы сроки продвижения турпродукта		6	0.20
	Обоснована продолжительность продвижения турпродукта			
	ДА\НЕТ		6	0.30
	ДА/НЕТ		6	0.20

	ДА/НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		6	0.20
	ДА/НЕТ		6	0.20
	ДА\НЕТ		6	0.20
			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			

			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			
			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			
	Указано название компании		4	0.10

	Информация о роде деятельности компании представлена верно			
	Представлена полная контактная информация			
	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			
	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			
	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			
	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			
	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			
	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			
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА/НЕТ		5	0.10
	ДА\НЕТ		5	0.10
			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			
			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.			
	ДА\НЕТ		1	0.20
	ДА\НЕТ		1	0.20
	ДА\НЕТ		3	0.20
			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.			
			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.			
			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			
				<b>25.00</b>
	Представлена первичная информация от Заказчика		3	0.20
	Представлена полная информация, полученная в результате переговоров			
	Представлена характеристика рекреационного потенциала территории путешествия		3	0.20
	Присутствует географическое расположение (карта, граница, часовой пояс, природные условия)			

	ДА/НЕТ		3	0.10
	ДА/НЕТ		3	0.10
	ДА\НЕТ		3	0.20
	Представлена информация о составе туристов		5	0.20
	Представлена информация о возрасте туристов			
	Сроки указаны и соответствуют требованиям Заказчика		5	0.20
	Продолжительность указана и соответствует требованиям Заказчика			
	Наличие карты-схемы		5	0.30
	Присутствует указание на протяженность маршрута			
	Прсутствует указание на "нитку", сновные локации по маршруту			
	ДА\НЕТ		5	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.20
			1	1.30
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.			
			1	0.80
0	Вопросы отсутствуют.			
1	Непоследовательность в вопросах, вопросы дублируют первичную заявку, неконкретные короткие вопросы.			
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			

			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			
			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			
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.			

	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			
	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)			
	Учтено соотношение количества туристов в группе и количество посадочных мест		5	0.30
	Указана цена перевозки			
	Указаны составляющие комфортабельности ТС			
	Определена лицензированная компания перевозчик			
	Учтено состояние автодорог при планировании тайминга маршрута		5	0.20
	Учтена загруженность автодорог при планировании тайминга маршрута			
			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			
	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			
	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)			
	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			
			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			
	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			
	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)			
	В презентации присутствует указание на аутентичность предприятий питания		5	0.20
	В презентации присутствует указание на блюда национальной(региональной) кухни			
			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			
	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			
	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)			
	ДА\НЕТ		5	0.20
	ДА\НЕТ		5	0.20

	Наличие интерактивных программ( не менее двух)		2	0.20
	Соответствие содержания интерактивных программ заказу клиента			
			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			
			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			

	Представлена верная информация о страховой компании		5	0.30
	Представлена информация о программе страхования			
	Представлена информация размере страховой суммы			
	Присутствует указание на обязательные инструктажи		5	0.20
	Присутствует указание на необходимые лицензии, ГОСТы			
			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 интрересов и запросов Заказчика среднее. В программе тура лишь частично учтены специфические особенности туристов, отраженные в "легенде"			
2	Качество учета интрересов 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.			
			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			
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	При расчете размещения и проживания учтено количество дней/ночей		4	0.20
	При расчете размещения и проживания учтены категории номеров			
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20

	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	Указаны и учтены услуги страхования		4	0.20
	Указаны и учтены прочие дополнительные услуги			
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.20
	ДА\НЕТ		4	0.10
	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.)			
	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			
	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.			
	Информация о документах необходимых для осуществления поездки представлена в полном объеме		4	0.30
	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)			
	ДА\НЕТ		4	0.20

	ДА\НЕТ		1	0.20
	ДА\НЕТ		1	0.20
	ДА\НЕТ		3	0.20
			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.			
			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.			

			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			

**8.00**

			3	0.40
0	Не было попытки сформулировать уточняющие вопросы			
1	Вопросы сформулированы, но не в полном объеме с минимумом содержательной информации.			
2	Вопросы сформулированы, в полном объеме, но не отражают суть поставленной задачи.			
3	Вопросы сформулированы в полном объеме, точно и по существу задания.			
			3	0.70
0	Ответы на вопросы экспертов отсутствуют или не соответствуют содержанию специального задания			
1	В ответах на вопросы присутствует частичная аргументация, но представленные доводы не в полной мере соответствуют содержанию специального задания			

2	Ответы на вопросы в целом обоснованные, аргументированные, но представленные доводы не в полной мере соответствуют содержанию специального задания			
3	Ответы на вопросы обоснованные, аргументированные, представленные доводы полностью соответствуют содержанию специального задания.			
			2	1.20
0	Выступление не содержит новые оригинальные идеи, не продемонстрирован творческий подход к решению поставленных задач			
1	Выступление частично содержит новые оригинальные идеи, творческий подход к решению поставленных задач продемонстрирован не в полной мере			
2	Выступление, в большей части, содержит оригинальные идеи, продемонстрирован творческий подход к решению поставленных задач			
3	Выступление содержит новые оригинальные идеи, обоснованные конкретные выводы, творческий подход к решению поставленных задач			
			3	1.20
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.			
			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.			
			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.			
			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	<p>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.</p>			
3	<p>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.</p>			
			1	0.50
0	<p>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.</p>			

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.			
			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.			
			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.			

			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.			
			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**

**100.00**

















































































































### Перечень профессиональных задач

1	Коммуникация и публичные выступления
2	Творчество и качество турпродукта
3	Менеджмент и аналитика
4	Документация, прикладные и профессиональными программы
5	Технологии разработки и формирования туристских продуктов
6	Технологии продвижения и реализации туристских продуктов