

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

по профессии

«Специалист по гостеприимству»

с учётом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции

«Туризм»



worldskills
Russia

а к а
д е
м и я

2018 г.

Рабочая тетрадь

**по программе повышения квалификации преподавателей
«Практика и методика подготовки кадров по профессии
(специальности) «Специалист по гостеприимству»
с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия
по компетенции «Туризм»**



Организация-разработчик:
ГБПОУ МО «Серпуховский колледж»

Разработчики:

Голубенкова О. В. - генеральный директор ООО «Визит-тур»

Гильфанова А. В. -менеджер по туризму ООО «Визит-тур»

Залюбовская И. А., зам. директора по УР ГБПОУ МО «Серпуховский колледж», эксперт WorldSkills Russia по компетенции «Туризм»

Закатина И. В. – преподаватель ГБПОУ МО «Серпуховский колледж», эксперт с правом проведения чемпионатов по стандартам WorldSkills в рамках своего региона

Артеменкова Т. А. - преподаватель ГБПОУ МО «Серпуховский колледж», эксперт с правом проведения чемпионатов по стандартам WorldSkills в рамках своего региона

Николаева Е. А. - преподаватель ГБПОУ МО «Серпуховский колледж», эксперт с правом проведения чемпионатов по стандартам WorldSkills в рамках своего региона

Рецензент: Туроверов Валерий Эдуардович заместитель директора Института сервисных технологий ФГБОУ ВО РГУТИС



Пояснительная записка

Рабочая тетрадь составлена на основе технического описания по компетенции Туризм, приложения №1 к приказу Союза «Ворлдскиллс Россия» от «30» ноября 2016 г. № ПО/19 Методика организации и проведения демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия, оценочных материалов для демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия по компетенции Туризм, федерального государственного образовательного стандарта по специальности 43.02.10 Туризм.

К задачам рабочей тетради относится обеспечение:

1. качественной оценки степени усвоения темы программы повышения квалификации;
- 2.актуализации познавательной деятельности слушателей;
- 3.возможности проведения мониторинга подготовленности слушателей.

Содержание

1. Модуль 1. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Туризм»стр. 5-19

- 1.1. История, современное состояние и перспективы развития WSI и Ворлдскиллс Россия. Роль движения Ворлдскиллс Россия в развитии профессиональной системы подготовки кадров.
- 1.2. Стандарт компетенции WSSS «Туризм»
- 1.3. Задания по Модулю 1. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Туризм»

2. Модуль 2. Современные технологии в профессиональной сфере деятельности по компетенции «Туризм»стр.20-50

- 2.1. Применение современных технологий при подготовке специалистов в сфере туризма. Применение информационно-коммуникационных технологий в туризме.
- 2.2. Технологии разработки нового турпродукта.
- 2.3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта.
- 2.4. Технологии продвижения турпродукта
- 2.5. Задания по Модулю 2. Современные технологии в профессиональной сфере деятельности по компетенции «Туризм»

3. Модуль 3. Содержание профессиональных модулей основной профессиональной образовательной программы и методика преподавания профессиональных модулей с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм».....стр.51 - 89

- 3.1. Методика реализации основной профессиональной образовательной программы и отдельных профессиональных модулей с применением стандарта компетенции «Туризм» Ворлдскиллс Россия.
- 3.2 Организация проведения практических занятий с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм».
- 3.3 Разработка комплектов оценочных средств по профессиональным модулям с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм».

3.4 Задания по Модулю 3. Содержание профессиональных модулей основной профессиональной образовательной программы и методика преподавания профессиональных модулей с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм»

4. Модуль 4. Организация и проведение демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия. Оценка квалификации студента (выпускника) в ходе демонстрационного экзамена.....стр. 90-95

4.1 Организация и проведение демонстрационного экзамена по компетенции «Туризм» Ворлдскиллс Россия.

4.2 Задания по Модулю 4. Организация и проведение демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия. Оценка квалификации студента (выпускника) в ходе демонстрационного экзамена.

5 . Работа в CIS. Практическое занятиестр.96-103

5.1 Практическая работа №: «Работа в CIS при проведении чемпионата»

5.2 Практическая работа № 2 «Работа в CIS при проведении демонстрационного экзамена»

1. Модуль1. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Туризм»

1.1. История, современное состояние и перспективы развития WSI и Ворлдскиллс Россия. Роль движения Ворлдскиллс Россия в развитии профессиональной системы подготовки кадров.

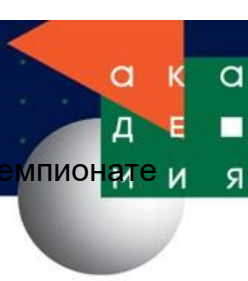
WorldSkills International (WSI) – это международное некоммерческое движение, целью которой является повышение статуса профессионального образования и развитие стандартов профессиональной подготовки и квалификации по всему миру.

Её создатели поставили перед собой амбициозные цели: мотивировать молодых людей конкурировать, чтобы разбудить их энтузиазм по поводу профессиональной подготовки; создать уникальные средства обмена и сравнения мирового опыта в промышленных отраслях и сфере услуг; посредством организации конкурсов профессионального мастерства и прочих мероприятий достигать не только личной самореализации участвующих в движении, но и решать задачи, стоящие перед экономикой своей страны. С тех пор основной деятельностью WSI, является организация конкурсов профессионального мастерства WorldSkills в различных странах-членах каждые два года. Россия стала 60-й страной, вступившей в WorldSkills в мире. В настоящее время в WSI входит 77 стран.

В 1947 году в Мадриде прошел первый национальный конкурс по профессионально-технической подготовке, в котором приняли участие около четырех тысяч учеников из десятков техникумов и училищ со всей Испании. В 1950 году прошли первые международные Пиренейские соревнования, в которых приняли участие 12 участников из обеих стран (Испания-Португалия). В 1953 году к движению присоединились Великобритания, Швейцария, Франция, Германия, Марокко. 1958 год – впервые соревнования прошли за пределами Испании в Брюсселе (Бельгия) в рамках Всемирной выставки. 1970 год – впервые чемпионат прошел на другой части света в Японии, г. Токио.

Россия вступила в WSI в 2012 году. В 2013 год Россия впервые приняла участие в международном чемпионате WorldSkills International (Лейпциг, Германия) и провела первый Национальный финал «по стандартам» WorldSkills

International. В 2014 году Россия впервые приняла участие в чемпионате Европы по стандартам Worldskills, провела первый чемпионат



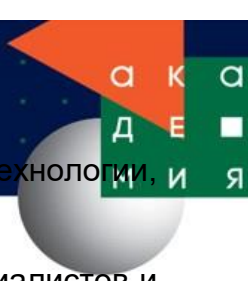
по стандартам Worldskills для специалистов промышленных предприятий и корпораций России по сквозным рабочим профессиям Hi-Tech. В 2014 году возникло движение Juniorskills.

В 2015 г. Россия приняла участие в Чемпионате Мира в Бразилии (Сан-Пауло) по 30 компетенциям. Российская команда привезла 6 «медальонов за профессионализм». Руководством страны была поставлена задача по внедрению стандартов WSR при проведении сквозной оценки уровня подготовки учащихся системы профессионального образования и специалистов промышленных компаний с государственным участием. В 2015 году Россия получила право проведения в 2019 году в Казани очередного международного чемпионата WorldSkills International.

В 2016 г. сборная России заняла 1 место в общекомандном зачете по баллам европейского чемпионата Euroskills в Гётеборге, набрав 15 882 балла по всем компетенциям, получив 2 золотые (Электроника, Холодильная техника и системы кондиционирования), 2 серебряные (Графический дизайн, Мобильная робототехника), 1 бронзовую медаль (Системное администрирование), а также 11 медальонов за профессионализм.

Национальная сборная России заняла первое место в общекомандном зачете чемпионата мира по профессиональному мастерству WorldSkills Abu Dhabi 2017. Россия завоевала 11 медалей и 21 медальон за профессионализм. В медальном зачете российская сборная заняла 5 место. Россия подтвердила своё лидерство в шести профессиях. Золотые медали получили участники национальной сборной WorldSkills Russia по компетенциям ИТ-решения для бизнеса, Веб-разработка, Ювелирное дело, Холодильная техника и системы кондиционирования, Сетевое и системное администрирование, Экспедирование грузов. В чемпионате мира приняли участие 1300 конкурсантов из 77 стран мира. Всего на WorldSkills Abu Dhabi 2017 были представлены 52 компетенции. Сборная России впервые приняла участие по всем дисциплинам.

WorldSkills дает возможности:



- экспертам – осваивать новые методы обучения и технологии, участвовать в формировании стандартов профессий;
- государству – измерять и сравнивать уровень навыков специалистов и учащихся, участвующих в чемпионатах по стандартам WorldSkills по всей стране;

- работодателям – подбирать для себя персонал на этапе получения учащимися профессионального образования;
- учебным заведениям – обновление материальной базы;
- учащимся – изучать современные технологии и лучшие мировые практики, участвовать в региональных, окружных, национальных и международных чемпионатах, получать от работодателей предложения о трудоустройстве.

Основные направления развития движения WorldSkills Russia:

Институциональные преобразования в профобразовании:

- объединение профессионального образования с корпоративными учебными центрами и бизнесом (промпроизводством, сферой услуг и т.д.);
- создание профессиональных сообществ WSR объединяя экспертов из образования, бизнеса, общественных объединений и зарубежных специалистов;
- использование профсообществ WSR для создания профстандартов внутри России и дополнении международных стандартов;
- использование профсообществ WSR для создания учебных планов и регламентов по оснащению ресурсных центров для профобразования, а также для аттестации (определение и присваивание квалификации) выпускников заведений ПТО;
- использование ресурсов WSR с целью замены уроков труда на профориентационные занятия в начальной и средней школе для выявления предрасположенности детей к тому или иному виду деятельности, профессии и помощь в самореализации;
- создание международных экспертных групп по изменениям в профобразовании России (объединять международные институты образования).

1.2. Стандарт компетенции WSSS «Туризм»

Основными регламентирующими документами чемпионатов по стандартам WorldSkills являются:

- кодекс этики;
- регламент чемпионата
- техническое описание компетенции;
- конкурсное задание чемпионата.

Кодекс этики устанавливает этические нормы поведения лиц, вовлеченных в чемпионаты по стандартам WSR.

Регламент чемпионата устанавливает основные организационные требования к проведению конкретного чемпионата по стандартам WorldSkills.

В Регламенте прописываются правила, общие для всех компетенций. Ключевыми ценностями WSR являются: целостность, то есть соревнования по всем компетенциям проводятся в одно время и территориально в одном месте, а также информационная открытость, справедливость, партнерство и инновации. Это основополагающие принципы WorldSkillsInternational и WSR.

Техническое описание – это документ, определяющий название профессии (компетенции), последовательность проведения соревновательной части, критерии оценки конкурсных работ участников, требования к профессиональным навыкам участников, умениям и навыкам, общий состав оборудования, компоненты, оснастку, основное и дополнительное оборудование, требования по нормам охраны труда и технике безопасности, разрешенные и запрещенные к использованию материалы и оборудование. 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.

Спецификация стандарта WorldSkills отражает глобальные требования к профессии или знания и умения профессионала, которые представлены на конкурсах WorldSkills. **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».

Спецификация стандартов WorldSkills Russia

Раздел	Относительная важность (%)
1 <u>Предоставление турагентских услуг</u>	22
Участнику необходимо знать: • структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; • требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; • различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования; • технологии использования базы данных; • статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры; • особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; • характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; • правила оформления деловой документации; • перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; • перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; • требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; • информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.	
Участнику необходимо уметь: • определять и анализировать потребности заказчика; • выбирать оптимальный туристский продукт; • осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); • составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; • представлять туристский продукт; • оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; • оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; • составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); • предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	
2 <u>Предоставление туроператорских услуг</u>	36

	Участнику необходимо знать: • виды рекламного продукта; • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; • планирование программ турпоездок; • основные правила и методику составления программ туров; • правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; • методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; • основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.	
	Участнику необходимо уметь: • работать с запросами клиентов; • работать с информационными и справочными материалами; • составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; • оформлять документы; • рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; • работать с агентскими договорами; • использовать каталоги и ценовые приложения; • работать с заявками на бронирование туруслуг; • использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках • организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг	
3	<u>Предоставление экскурсионных услуг</u>	10
	Участнику необходимо знать: • экскурсионную теорию; • технику подготовки экскурсии; • объекты экскурсионного показа и критерии отбора объектов экскурсионного показа; • достопримечательности в контексте истории, географии и культуры; • техники поиска информационных материалов в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; • правила использования офисной техники; • методику проведения экскурсий; • методические приемы показа экскурсионных объектов; • техники публичных выступлений, экскурсионного рассказа, ответов на вопросы; • организации питания по маршруту экскурсии.	
	Участнику необходимо уметь: • использовать методические разработки форм и видов проведения экскурсий; • использовать информационные источники (справочную литературу, исторические документы, научную литературу, электронные средства массовой информации); • определять цели, задачи и тему экскурсии; • определять ключевые позиции программы экскурсии; • использовать офисные технологии; • использовать методические приемы показа экскурсионных объектов.	
4	Базовые умения	32
	Участнику необходимо уметь: • Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	

- Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях. - Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. - Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности. - Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
Всего	100

Конкурсное задание - документ (или набор документов), который подробно описывает задачи, стоящие перед конкурсантами на площадке в рамках Чемпионата. Конкурсное задание должно четко доносить до конкурсантов суть и правила выполнения всех действий.

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. Конкурсное задание содержит 6 модулей.

Конкурс организован по модульному принципу. Для каждого модуля конкурсанты получают варианты заданий в виде запросов клиента с реальной ситуацией из области туристской деятельности. Форма представления запроса варьируется в зависимости от заданий к модулю: видеоролик, устное обращение клиента, письменный запрос и прочие формы обращения. Запрос (обращение) клиента демонстрируется участникам чемпионата на момент начала работы над модулем. Для выполнения каждого модуля предлагаются четкие временные рамки.

Техническое описание и конкурсные задания к каждому модулю размещаются за месяц до начала соревнований в открытом доступе. Эксперты участвуют в обсуждении конкурсных заданий до начала чемпионата, уточняют неясные вопросы, которые могут возникнуть в процессе соревнований. Варианты ситуаций (кейсов), в которых даны запросы клиентов по каждому из рабочих модулей, разрабатываются главным экспертом соревнований. В качестве

специалистов из отрасли, представителей туристского бизнес-сообщества. Окончательный выбор ситуаций (кейсов) для конкурсантов остается за главным экспертом. Для соблюдения «эффекта неожиданности» рекомендуется по каждому модулю предлагать участникам соревнований не менее трех вариантов заданий.

Конкурсное задание состоит из 6 модулей:

Модуль А1. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура
Модуль В1, F1 Специальное задание

Специальное задание носит «спонтанный» характер, несет в себе творческое начало, умение мыслить стратегически, способность креативно подходить к решению творческих задач, демонстрировать правильность устной речи, навыки успешной коммуникации и публичной презентации, а также умения работать в команде и стрессоустойчивость.

Модуль С1. Разработка программы тура по заказу клиента

Модуль D1. Разработка и обоснование нового туристского маршрута

Модуль E1. Технология продаж и продвижение турпродукта

Вспомогательные документы чемпионатов:

- план застройки конкурсной площадки;
- инфраструктурный лист;
- критерии оценки.

План застройки конкурсной площадки - документ, в котором графически и схематично с использованием условных обозначений изображается вся необходимая инфраструктура площадки: от стульев и столов, до расположения станков и другого оборудования, все необходимые подключения (электричество, вода, сжатый воздух, вентиляция, освещение, мусорные корзины и т.п.).

Требования к рабочей площадке компетенции Туризм:

Рабочая зона должна быть максимально соответствовать офисному помещению.

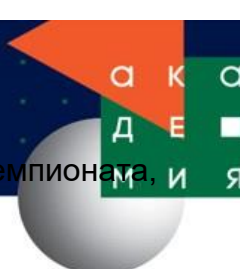
Общая схема:

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

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



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, представляемые конкурсантами, материалы, **оборудование и инструменты, предоставляемые экспертами не предусмотрены.**

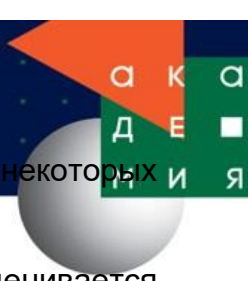
Конкурсантам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи, карты памяти, мобильные телефоны, а также любые другие средства коммуникации. Запрещается пользоваться почтовыми серверами (за исключением тех вариантов, когда это указано в задании к модулю).

Схема оценки конкурсного задания -это набор критериев для оценки качества выполнения конкурсного задания и мастерства конкурсантов. Критерии оценки – это набор аспектов для измерения навыков и квалификации конкурсантов. Критерии составляются таким образом, чтобы максимально точно и корректно измерить уровень владения конкурсантом навыками и знаниями, необходимыми для профессионала высшего класса. Элементарная позиция критериев - аспект.

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.

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.

Задания по Модюлю1. Ознакомление с WSI и Ворлдскиллс Россия. Стандарт компетенции WSSS «Туризм»

1. В каком году появилось движение WSI?

2. Укажите, в каком году Россия вступила в WSI? _____
3. В каком году Россия впервые приняла участие в международном чемпионате WSI? _____

4. Укажите основные направления развития движения WorldSkills Russia



5. Укажите возрастной ценз участников для выполнения конкурсного задания, выберите правильный ответ:

- A. от 14 до 22;
- B. от 16 до 22;
- C. от 12 до 21;
- D. от 17 до 20.

6. Укажите в каком году национальная сборная России заняла первое место в общекомандном зачете чемпионата мира по профессиональному мастерству, выберите правильный ответ:

- A. в 2013;
- B. в 2015;
- C. в 2017;
- D. в 2016.

7. Укажите основные регламентирующими документами чемпионатов по стандартам WorldSkills:

8. Перечислите ключевые ценности WSR

9. Укажите, что устанавливает регламент чемпионата по стандартам WorldSkills, выберите правильный ответ:
- А. этические нормы поведения лиц, вовлеченных в чемпионаты по стандартам WSR;
 - В. основные организационные требования к проведению конкретного чемпионата;
 - С. задачи, стоящие перед конкурсантами на площадке в рамках чемпионата;
 - Д. требования к профессиональным навыкам участников.

10. Укажите, что отражает спецификация стандарта WorldSkills^

11. Закончите предложение, вставив словосочетание, выберите правильный ответ: «В соревнованиях по компетенции Туризм проверка знаний и понимания осуществляется посредством»

- А. оценки выполнения отдельных теоретических тестов;
- В. оценки выполнения практической работы;
- С. оценки выполнения отдельных теоретических тестов и практической работы.

12. Укажите, что устанавливает техническое описание компетенции, выберите правильный ответ:

- А. основные организационные требования к проведению конкретного чемпионата;
- В. задачи, стоящие перед конкурсантами на площадке в рамках чемпионата;
- С. требования к профессиональным навыкам и знаниям участников;
- Д. этические нормы поведения лиц, вовлеченных в чемпионаты по стандартам WSR.

13. Дайте понятие критериям оценки, выбрав правильный ответ:

А. набор показателей, содержащихся в техническом описании;

В. набор аспектов, по которым оценивается работа конкурсанта;

С. требования к профессиональным навыкам и знаниям участников;

Д. таблица для загрузки с CIS.

14. Укажите, какие бывают аспекты, выберите несколько вариантов:

А. объективные;

В. субъективные;

С. общие;

Д. судейские.

15. Укажите, по какой шкале оцениваются судейские оценки, выберите правильный ответ:

А. от 1 до 10;

В. от 0 до 3;

С. от 0 до 5;

Д. от 1 до 3.

16. Дайте понятие компетенции по стандартам WorldSkills, выберите правильный ответ:

А. название площадки на чемпионате;

В. набор знаний и навыков в определенной профессиональной области;

С. уровень профессиональных знаний конкурсанта;

Д. уровень профессиональных навыков конкурсанта.

17. Укажите, какое количество экспертов должно проводить оценку по аспектам Judgment (судейство)? Выберите один ответ:

А. 3;

В. количество экспертов на команду оценки определяется путем голосования экспертов компетенции;

С. 5;

Д. количество экспертов на команду оценки определяется решением главного эксперта.

18. Укажите, сколько модулей может включать конкурсное задание? Выберите один ответ:

А. нет ограничений по количеству модулей;

В. от 2 до 20;

С. от 3 до 9;

Д. от 6 до 10.

19. Укажите, каким может быть максимальный вес одного аспекта схемы оценки? Выберите один ответ:

- А. 5 баллов;
- В. 1 балл;
- С. 2 балла;
- Д. устанавливается в техническом описании компетенции.

20. Укажите минимальное количество экспертов, которые должны участвовать в оценке конкурсного задания по объективным аспектам.

Выберите один ответ:

- А. 2;
- В. 4;
- С. 3;
- Д. 5.

2. Модуль 2. Современные технологии в профессиональной сфере деятельности по компетенции «Туризм»

2.1. Применение современных технологий при подготовке специалистов в сфере туризма. Применение информационно-коммуникационных технологий в туризме.

Информационно-коммуникационная технология – это такая технология, которая направлена на преобразование и обработку информации. По сути, информационно-коммуникационная технология является обобщающим понятием, описывающим различные механизмы, устройства, алгоритмы, способы обработки данных.



предусматривают несколько классов подачи материала, значимых с точки зрения дистанционного и открытого образования.

Обучающие вебинары используются в работе турфирмы для ознакомления с:

- a) новыми тенденциями в туризме, турмаркетинге.
- b) новыми направлениями деятельности крупных туроператоров.
- c) нововведениями в законодательстве.
- d) нововведениями в сфере бронирования тарификации и продаж РЖД билетов и авиабилетов.
- e) ознакомлением с инфраструктурой отелей

Дистанционные курсы повышения квалификации.

Курсы проводятся Общенациональной системой подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма Федерального агентства по туризму.

Курсы проводятся для менеджеров турфирм, гидов и персонала гостиничного сервиса. **Онлайн программы создания подборок туров.**

Подбор тура – ключевой момент в работе турфирмы. На этапе подбора тура решается вопрос о покупке тура в вашей турфирме, если что-то не устроило туриста, он купит в другой фирме. На решение клиента влияют многие факторы, и психологический комфорт пребывания в офисе турфирмы, и доброжелательность, и участие менеджера, и профессионализм менеджера и многое другое.

Онлайн программа подбора туров позволяет использовать аналитику, увидеть открывал ли ваше письмо турист, отследить какие отели просматривал.

А также программа имеет возможность импортировать подборки туров в соцсети и мессенджеры.

Внутренние онлайн программы турфирмы.

Сейчас на рынке программного обеспечения для турфирм великое множество предложений. Программы разнятся по направленности работы – для агентств, для туроператоров и соответственно по стоимости установки этой программы на офисных компьютерах. Выбор программы предусматривает количество рабочих мест менеджеров, количество офисов, систему управления в турфирме. От всех этих аспектов также зависит и стоимость платформы.

Программа помогает оперативно отслеживать жизненный цикл турпродукта от момента продажи его туристу. Напоминает о звонках, о документах, которые необходимо выдать туристу, о визовых формальностях, о постпродажном обслуживании. Руководитель организации может отслеживать работу всех своих сотрудников, отделов, проводить аналитику и делать отчеты.

Поисковые системы.

Поисковые системы объединяют предложения множества туроператоров по разным направлениям отдыха и позволяют агентству быстро подобрать клиенту тур по различным комбинациям параметров.

На сегодняшний день на рынке туруслуг известны следующие поисковые системы: iTravel (www.iTravel.ru), Форос (www.foros.ru), ТУРЫ.py (www.tury.ru), TourSoft (www.toursoft.ru), Tourindex (www.tourindex.ru), Tournetwork (www.tournetwork.ru), Ехать (www.exat.ru) и SpyGlass (www.SpyGlass.ru).

Как правило, поисковые системы решают не только основную задачу поиска тура, но и наделены дополнительными функциями по демонстрации отеля, авиаперелета, возможностью бронирования прямо из системы, сопряжены со страноведческой информацией, интегрированы с программным обеспечением по автоматизации внутриофисной работы (ведение клиентских баз, контроль взаиморасчетов, печать документов, отчетность и т.п.).

К выбору поисковой системы для своей работы нужно подойти серьезно, т.к. это тот инструмент, который вы будете использовать каждый день и который призван не только упростить и ускорить вашу работу, но и принести вам немалый доход. Работать в наше время без поисковой системы –

все равно что ходить пешком, когда изобретен автомобиль. Остается только выбрать тот, который будет вам наиболее удобен и полезен.

2.2. Технологии разработки нового турпродукта.

Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет туристский продукт как комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Турпродукты можно разделить на индивидуальные, когда для конкретного клиента создается специальная программа, учитывающая его интересы и

массовые, когда один и тот же определенный набор услуг продают разным людям.

Чаще всего массовым турпродуктом является турпакет, который заказчик может расширить, необходимыми для него товарами и услугами, в том числе, непосредственно, на месте их реализации. Кроме того, турпродукты можно классифицировать по стоимости, сезонности, виду туризма, к которому они принадлежат (санаторно-курортный, рекреационный, экологический, спортивный и пр.), по транспорту (автобусный, автомобильный и пр.), по массовости, по временной продолжительности и т.д. Туристский продукт несет в себе следующие основные потребительские свойства (см. табл. 1).

Таблица 1 - Основные потребительские свойства туристического продукта

Название	Характеристика
Обоснованность	Предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и соответствующими условиями, основанными на потребностях туриста
Надежность	Соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации
Эффективность	Достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны
Целостность	Завершенность продукта, его способность полностью удовлетворять туристские потребности
Ясность	Потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу
Гибкость	Способность продукта в системе обслуживания приспособиться к другому типу потребления и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала
Полезность	Способность служить достижению одной или нескольких целей (например, отдыха и познания), удовлетворять те или иные потребности туриста

В процессе разработки тура надо взаимодействовать с такими объектами внешней среды как потребители, конкуренты, партнеры и поставщики. К внешней среде также относятся правительственные и иные государственные учреждения, и организации, общественные и профессиональные объединения, представительства иностранных государств, союзы и иные объединения потребителей.

Также туры можно классифицировать по следующим признакам:

1. В зависимости от вида заявки туры могут быть групповые и индивидуальные.

Групповые туры, или туры с сопровождением, характеризуются

относительно невысокой стоимостью и, следовательно, доступностью массовому туристу, однако недостатком для потребителей может стать требование подчинения общему расписанию и порядку поездки.

Такой тур предусматривает предварительное планирование, осуществляется в сопровождении профессионального гида, постоянно находящегося с группой, происходит предварительный заказ и оплата авиабилетов, гостиниц и питания.

Индивидуальные туры, или туры без сопровождения, независимые туры, предполагают самостоятельную поездку туриста по спланированному маршруту. Такой тур характеризуется большей трудоемкостью, чем групповые туры, так как бронирование, диспетчеризация и другие необходимые услуги оказываются в отдельности каждому туристу.

В индивидуальных турах туристу предоставляется больше самостоятельности, но они, как правило, более дорогие, так как стоимость предоставляемых услуг оплачивается только этим туристом, тогда как стоимость туристических услуг при групповом туре складывается из вложения всех участников в группу.

2. В зависимости от услуг, входящих в тур, туры могут быть: пэкидж-тур и инклюзив-тур.

В пэкидж-тур входят комплексные тур услуги: питание, проживание, экскурсионное-развлекательное обслуживание, спортивно-оздоровительные, бытовые, медицинские и т.д.

Инклюзив-тур включает отдельные туристические услуги по выбору и желанию туриста: дополнительное питание, экскурсионное, развлекательное обслуживание, транспорт и др.

На практике такой вид тура пользуется большой популярностью, так как турист заказывает набор основных услуг, необходимый и достаточный туристу по его усмотрению, в

дальнейшем он приобретает дополнительные услуги по мере возникновения потребности в них. Такие туры удобны и выгодны туристам, предпочитающим самостоятельно планировать свой отдых.

После того, как фирма определила турпродукт, который она планирует реализовать на рынке, необходимо проанализировать уровень потребительского спроса на данный тур. Данное исследование может проводиться маркетологом туристической фирмы или консалтинговыми фирмами, которые могут организовать определенные маркетинговые исследования с целью изучения ситуации на рынке тур услуг и описания перспектив ее изменения.

Если спрос на данное предложение существует, фирма приступает к детальной разработке тура: составлению подробного маршрута путешествия, расписания поездки и т.д. Фирма также должна приступить к оформлению необходимых документов и договоров по разрабатываемому турпродукту.

Проектирование туристских услуг осуществляется в соответствии с ГОСТом Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг

Проектирование туристских услуг осуществляется в несколько этапов:

- составление моделей туристских услуг;
- разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг;
- установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг;
- определение методов контроля качества проектируемых туристских услуг;
- утверждение документов на проектируемые туристские услуги.

Проектирование тура предусматривает согласование возможностей предприятия, осуществляющего это проектирование, с запросами туристов.

Основой для проектирования услуги является ее вербальная модель (или краткое описание) - набор требований, выявленных в результате исследования рынка услуг, согласованных с заказчиком, и учитывающих возможности исполнителя услуг.

Характеристики услуги должны быть не ниже требований государственного стандарта на соответствующий вид услуги. В проект необходимо включать конкретные требования по

обеспечению безопасности услуги, минимизации рисков для потребителей услуги и их имущества, обслуживающего персонала и для окружающей среды.

Документация, отражающая требования к любому виду обслуживания туристов, должна содержать :

- описание процессов, форм и методов обслуживания туристов;
- характеристики процессов обслуживания туристов;
- требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- необходимое количество персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- договорное обеспечение обслуживания;
- гарантии обслуживания туристов;
- согласования с собственниками рекреационных ресурсов, органами санитарно-эпидемиологического контроля, пожарного надзора и др.

Конкретные требования к процессу обслуживания туристов не могут быть ниже требований действующих нормативных документов.

Проектирование процесса обслуживания туристов осуществляется по отдельным этапам предоставления услуги и с обязательным составлением для каждого из них технологических карт. Результатом проектирования туристской услуги является технологическая документация (технологические карты, инструкции, правила, регламенты и пр.).

Проектирование услуги «туристское путешествие» предусматривает два этапа:

- 1) проектирование каждого тура, включаемого в услугу «туристское путешествие», в соответствии с программой обслуживания туристов;
- 2) проектирование услуги «туристское путешествие» в целом.

При проектировании услуги по запросам туриста необходимо учитывать возможности предприятия - исполнителя услуги.

Краткое описание услуги «туристское путешествие» составляется на основе изучения потребностей и платежеспособности населения, спроса на виды туристских путешествий, а также на основе изучения возможностей рекреационных ресурсов в конкретном районе. Оно конкретизируется в проекте программы обслуживания туристов.

При разработке программы обслуживания определяются:

- маршрут путешествия;
- перечень туристских предприятий - исполнителей услуг;
- период предоставления услуг каждым предприятием - исполнителем услуги;

- состав экскурсий и достопримечательных объектов;
- перечень туристских походов, прогулок;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
- количество туристов, участвующих в путешествии;
- виды транспорта для внутренних перевозок;
- потребность в гидах, экскурсоводах, зарубежных представителях, инструкторах, переводчиках и др., а также потребность в их подготовке;
- необходимое количество транспортных средств;
- порядок подготовки рекламных, информационных материалов, форма описания путешествия для информационных листов к туристским путевкам и их количество.

Результатом проектирования тура является правильное содержание:

- а) технологической карты туристского путешествия;
- б) графика загрузки предприятия - поставщика услуг;
- в) информационного листка к туристской путевке;
- г) программы обслуживания туристов.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта. При этом методе рассчитываются средние валовые издержки или полная себестоимость единицы турпродукта. Например, при затратах у туроператора по формированию и реализации турпродукта в размере 400 руб. и продажной цене туристской путевки 500 руб. прибыль от реализации одной путевки составит 100 руб.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта - это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление обо всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы турпродукта.

В основе этого метода лежит группировка расходов по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг.

Методическими рекомендациями по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью.

Все затраты туроператора подразделяются на производственные (связанные с формированием турпродукта) и коммерческие (связанные с его продвижением и продажей).

Производственные затраты в зависимости от способа их включения в себестоимость турпродукта делятся на:

- прямые - это затраты, которые можно непосредственно включать в себестоимость соответствующего объекта калькулирования;
- косвенные (накладные) - затраты, связанные с деятельностью фирмы в целом, которые включаются в себестоимость соответствующего объекта калькулирования с помощью специальных методов (распределяются).

Прямые расходы включают:

А) Затраты по приобретению прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве турпродукта. Это расходы на услуги:

- гостиниц (иных организаций по размещению и проживанию туристов);
- перевозчиков;
- организаций общественного питания;
- экскурсионных бюро и иных аналогичных организаций по экскурсионному обслуживанию;
- медицинских учреждений, санаториев и профилакториев по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний;
- связанные с оформлением визы и иные затраты по оформлению поездки;
- организаций культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;
- по страхованию туристов в период поездки;
- гидов, сопровождающих;
- иные услуги, используемые при производстве турпродукта.

Б) Затраты, связанные с деятельностью производственного персонала. Сюда можно отнести:

- затраты на оплату труда менеджеров, включая вознаграждение персонала, которое выплачивается по договорам гражданско-правового характера;

- страховые взносы в государственные внебюджетные фонды;

- затраты, связанные со служебными разъездами в пределах пункта нахождения турфирмы или ее структурного подразделения, включая затраты по использованию в служебных целях личного автотранспорта работников.

В) Затраты подразделений туристической организации, участвующих в производстве турпродукта. К ним относят:

- имеющиеся на балансе гостиницы, дома отдыха и т.д.;
- спортивные сооружения;
- транспортные средства (например, экскурсионные автобусы) и т.д.

Накладные затраты включают такие статьи, как:

- оплата труда работников аппарата управления;
- командировочные расходы;
- расходы на содержание и эксплуатацию зданий и помещений административного и хозяйственного назначения;
- расходы на коммунальные услуги, обслуживание офисной техники;
- расходы на пожарную и сторожевую охрану помещений;
- расходы на содержание и эксплуатацию служебного автотранспорта;
- амортизация основных средств;
- затраты, связанные с разработкой новых направлений;
- стоимость услуг связи;
- расходы на канцтовары, приобретение бланков строгой отчетности;
- расходы на информационные, юридические, аудиторские услуги, а также затраты, связанные с услугами сторонних организаций по подбору кадров;
- затраты, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров;
- представительские расходы;
- прочие затраты, связанные с производством турпродукта.

К коммерческим затратам, связанным с продвижением и продажей турпродукта, относятся:

- расходы, связанные с деятельностью точек реализации в качестве подразделений организации, как выделенных, так и не выделенных на отдельный баланс;
- затраты на комиссионные, агентские и иные вознаграждения сторонним организациям;

- затраты на рекламу, организацию или участие в выставках, направленных на продвижение турпродукта.

В настоящее время основная часть потока туристов состоит из укомплектованных групп. Это означает, что туристская фирма определяет оптовую цену поездки для всей группы.

При организации групповых туров обычно предоставляется скидка для массовой оптовой сделки в зависимости от объема операции - до 10%, по срокам и продолжительности - до 5%, в зависимости от продолжительности проживания туристов в гостиничном предприятии - до 10%. С оптовой цены могут делаться дополнительные скидки за участие фирмы в рекламе и издании рекламных проспектов по стране, отдельному городу, отдельной гостинице, в других местах пребывания туристов. Нередко турфирма реализует рекламные проспекты страны, рекламирует таким образом не только свои туры, но и страну в целом. Скидки могут также производиться при предварительной оплате туристского обслуживания. В целом цена на туристское обслуживание групп может быть ниже рыночной цены для разовых сделок в среднем на 10-20%.

Общие требования к туристской услуге, изложенные в ГОСТ Р 50690-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования», подразделяются на обязательные и рекомендуемые.

Обязательные - безопасность жизни и здоровья, сохранность имущества туристов и охрана окружающей среды.

При проектировании услуг в туризме обязательно должны быть предусмотрены методы контроля качества обслуживания туристов.

Проектирование контроля качества включает:

- определение ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристики услуги;
- определение методов корректировки характеристик услуги;
- определение методов оценки контролируемых характеристик.

Методами контроля могут быть: визуальные (осмотр маршрутов и объектов); аналитические (анализ документации); социологические (опрос туристов, персонала) и др.

Завершающим этапом проектирования услуги является анализ проекта, направленный на выявление и своевременное устранение в нем несоответствий. Он осуществляется представителями соответствующих функциональных

подразделений туристского предприятия. Результат анализа проекта - правильное содержание технологической документации туристского предприятия.

Документацию на спроектированные туристские услуги и процессы обслуживания туристов утверждает руководитель туристского предприятия по согласованию с заказчиком. Изменение проекта допускается только в обоснованных случаях по согласованию с заказчиком и утверждается руководителем туристского предприятия

2.3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта.

Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы

Алгоритм продаж туров в офисах продаж турфирм включает в себя следующие основные этапы:

- встреча клиента в одна турфирмы;
- установление контакта с клиентом менеджером по продажам;
- презентация турпродукта или туристской услуги;
- обсуждение стоимости тура и работ, а с возражениями клиента;
- завершение сделки и подписание договора о реализации турпродукта с клиентом;
- пост продажное обслуживание клиента турфирмы.

Рассмотрим более подробно:

Встреча клиента в офисе

Встреча клиента является начальным этапом его обслуживания в офисе продаж турфирмы. Как организована встреча-первое потребительское впечатление о компании.

При положительном впечатлении

Клиент будет настроен позитивно к турфирме. Следовательно, у менеджера появляется больше шансов склонить туриста к совершению покупки турпродукта.

Отрицательные впечатления

Клиент изначально будет иметь негативный настрой, менеджеру будет намного сложнее выстраивать общение с клиентом. Получая первое негативное впечатление, часть клиентов может просто покинуть офис, упущенные экономия, выгоды для турфирмы.

Менеджер по туризму

- Приветствие гостя;

- предложение информационной помощи (вопрос и цель);
- если все менеджеры заняты, клиенту предлагается подождать (отдельное пространство, оборудованное диванами и креслами, журнальными столиками с профильными печатными продукциями: рекламные буклеты, брошюры, каталоги, кулер с водой).

Установление контакта менеджером турфирмы с клиентом

- Менеджер должен представиться, а также поинтересоваться, как можно обращаться к клиенту;
- обязательное обращение к клиенту на «Вы», даже если клиент назвал только имя, а не имя-отчество;
- выясним потребности клиента путем активизации вопросов и интерпретации ответов для формирования вывода разговора на обсуждение турпродукта или тур. услуг;
- Умение профессионально выявлять потребности и направлять беседу к необходимому результату - результат успешной продажи.

Клиент:

- знает за чем пришел;
- не определился с поиском.

Основные правила для менеджера при выявлении потребностей:

- Расположив клиента к беседе, менеджер должен убедиться, что клиент ему доверяет;
- знать основные типовые вопросы, которые за максимально короткое время помогают менеджеру правильно подобрать турпродукт;
- логический порядок задаваемых вопросов; от простых к более сложным, каждый последующий вопрос усиливается конкретикой и детализацией (направления отдыха: страны, регионы РФ, длительность тура, количество отдыхающих, размещение, питание, инфраструктура...);
- следует говорить на доступном языке и понятном для клиента:
- «Туристская дестинация» - место отдыха;
- «Твин»- номер с двумя отдельными кроватями.
- умение слышать клиента (2 типа):
- 1 тип - активное заинтересованное слушание – это демонстрация интереса к тому, что говорит клиент. Можно вставлять реплики, комментарии к репликам клиента, т.е. поощряя его рассказ с помощью заинтересованного взгляда.

- активные запоминающее слушание (наиболее приоритетно). Это процесс не только слушания, но и активного запоминания того, что говорит клиент. Запомнить всё невозможно, поэтому вначале делаете пометки на бумаге, потом заносите CRM-систему.

- после выявления потребностей менеджер должен перепроверить пожелания клиента, тем самым сжатым виде использовать фраз: «Итак, если я Вас правильно поняла, вас интересует тур...» Давайте подведем итог, Вы хотели бы отправиться в поездку...»

Ошибки менеджера

- не следует злоупотреблять закрытыми вопросами;
- запрещено перебивать клиента;
- нельзя прерывать выявление потребностей клиента и переходить на презентацию турпродукта и услуг турфирмы, а потом продолжать выявлять потребности снова;
- не следует заканчивать выявлять потребности.

Потребности нужно выявлять столько, сколько нужно. Опытному менеджеру хватает 5-7 открытых вопросов, и несколько уточняющих.

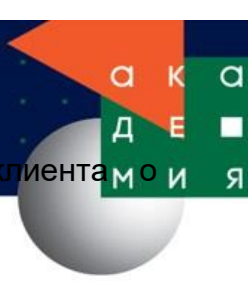
Презентация турпродукта или туристской услуги.

После выявления потребностей клиента начинается самый важный этап продаж – поиск подходящих предложений, которые могут удовлетворить потребность клиента. Менеджеру не следует пытаться познакомить клиента со всем ассортиментом по интересующему его направлению. Менеджер должен подобрать только те продукты, которые наиболее подойдут клиенту.

Менеджер по продажам рассказал об имеющихся турах, объяснил их ценность, дал информацию для размышления и принятия решения. Желательно, чтобы клиент недолго обдумывал предложенные туры, желательно чтобы сразу принял решение.

Если клиент хочет уйти подумать, в большинстве случаев – обратно клиент может не вернуться. Ошибкой менеджера может стать слишком большой ассортимент предложений.

Для клиента, отправляющегося в любой тур, всегда важен индивидуальный подход. Возможно клиента заинтересовало одно предложение, но его не устраивает средство размещения или предложенный транспорт.



При презентации туров, менеджер должен проинформировать клиента

возможных скидках, бонусах, специальных предложениях.

Обсуждение стоимости тура и работа с возражениями клиента.

Главная цель менеджера убедить клиента приобрести тур, даже если клиент высказывал свои возражения. Клиент может уйти, но он может и вернуться спустя день, неделю и даже месяц. Поэтому необходимо довести процесс продажи до конца, ответив на все вопросы и возражения клиента.

Базовая методика работы с возражениями:

- Менеджер внимательно выслушивает возражения клиента, нельзя спорить и перебивать
- Менеджер конкретизирует услышанные возражения клиента. Клиенты не всегда доходчиво объясняют свои возражения. «Я Вас правильно понял...»
- Менеджер использует прием «согласия» с клиентом. Нельзя допускать давление на клиента. Клиент может скрыто выражать свои возражения. «Мне все подходит, но дороговато...» Менеджер должен предложить или альтернативу, или объяснить «Я совершенно с Вами согласен, но вопрос цены очень важен».
- Нельзя спорить с клиентом
- Менеджер выдвигает контраргументы на возражения клиента. «Я ответил на Ваш вопрос?»

Завершение сделки и подписание договора о реализации турпродукта с клиентом. Если данный этап не состоялся, то менеджеру турфирмы следует договориться о следующем визите туриста (или возможности связаться с ним по телефону), в случае если появятся интересующие туристские предложения, удовлетворяющие его потребности.

Постпродажное обслуживание клиента турфирмы.

Этот этап является не менее важным, чем предыдущие. Следует помнить, что, если менеджер хочет сделать клиента, купившего однажды тур, своим постоянным клиентом, им должна вестись активная

деятельность даже после свершения процесса купли-продажи тура. Менеджер обязательно должен получить информацию от клиента после поездки, а также получать постоянное напоминание о турфирме и ее новинках.

Цели:

- Дать клиенту почувствовать заботу и беспокойство менеджера

- Выявить проблемные аспекты и принести свои извинения за то, что они проявились. Это помогает отследить работу третьих лиц (поставщиков)
- Определить позитивные стороны с целью впоследствии делать на них особый акцент, продавая этот турпродукт другим клиентам турфирмы.

Обязательно произвести оценку удовлетворенности клиентов.

Постпродажное общение подразумевает обычно не только общение с менеджером по продажам, но и с маркетологом турфирмы. Это связано с тем, что необходимо систематически собирать и анализировать отзывы клиентов.

Игнорирование этой информации может сейчас очень дорого обойтись турфирме. Специалист турфирмы должен отслеживать негативные отзывы и замечания о деятельности турфирмы и своевременно реагировать на них.

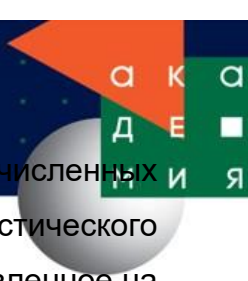
Процесс продаж турпродукта и общение с клиентами – сложная ежедневная деятельность, осуществляемая на постоянной основе, призванная обеспечить сохранение отношений со старыми клиентами, найти новых и значительно увеличить доход турфирмы. Профессиональный менеджер никогда не упустит ни одного клиента, который занесен в клиентскую базу. Не поддерживая со старыми клиентами хорошие взаимоотношения, нельзя быть уверенным в том, что успех крупных продаж продлится долго.

Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов)

Квалифицированные менеджеры по продажам не только должны знать поэтапный алгоритм обслуживания клиентов с момента знакомства и до момента возможного свершения покупки турпродукта, знать и активно использовать различные техники продаж. Все техники настроены на то, чтобы заставить клиента принять решение о покупке прямо сейчас в офисе у менеджера или же мотивировать человека быстрее прийти в офис за туром при обращении по телефону.

Используются следующие техники продаж:

- Техника запугивания клиента
- Техника обращения к тщеславию клиента турфирмы
- Технология продаж «Эффект массового увлечения»
- Технология продаж «Эффект сноба»
- Техника продаж «Работа с ценой»
- Техника «Сравнение с конкурентами»



В последнее время многие менеджеры по продажам, помимо вышеперечисленных техник продаж, активно стали использовать приемы нейро-лингвистического программирования (НЛП) – это одно из направлений психологии, направленное на изучение методов влияния на подсознание человека в основном за счет специальных техник невербального общения.

В туристских продажах активно используются следующие приемы НЛП:

- Отзеркаливание поведения клиента (прием имитации) или настрой на «волну» клиента
- Прикосновения менеджера по продажам к клиенту
- Эффект силы повтора (прием «заевшей пластинки»)
- Применение Милтон-модели
- Предугадывание вопросов клиента («игра на опережение»)
- Периодическая «встряска» клиента турфирмы.
- Прием трех «Да»

Техника СПИН-продаж отвергает всякую навязчивость и давление на потенциального клиента, так как основная задача не заставить клиента купить тот или иной тур, а сделать основной упор на комплексном изучении туристских потребностей клиента, на консультационных услугах. Эта техника позволяет менеджеру тонко прочувствовать потенциального клиента. Менеджер строит общение с клиентом начиная не с собственного рассказа о турпродуктах, а с того, что внимательно выслушает клиента, при этом задавая ему направляющие вопросы. Грамотно выстроенная логика вопросов способна подвести клиента к мысли о необходимости покупки турпродукта, когда он осознает не просто нужность тура, а что приобрести его следует именно в данной турфирме у менеджера по продажам.

Техника СПИН основана на последовательных вопросах следующих видов:

- Ситуационные вопросы
- Проблемные вопросы
- Извлекающие вопросы
- Направляющие вопросы

Технология СПИН – продаж имеет ряд преимуществ:

- Дает возможность менеджеру понять логику отдельных клиентов, подобрать подход к каждому представителю целевой аудитории турфирмы
- Дает возможность клиенту почувствовать, что интерес к нему, со стороны менеджера продиктован не только коммерческим фактором. СПИН-продажи не вызывает отторжения со стороны потенциальных клиентов, как это зачастую происходит в случаях обычных продаж, а наоборот, потенциальный клиент проникается доверием к турфирме
- Дает возможность менеджеру турфирмы выявить проблемные аспекты в своей профессиональной деятельности
- Дает возможность установить достаточно прочные деловые связи, так как является необычайно гибким инструментом продаж.

Важно помнить, что, помимо техник и психологических приемов, менеджеры по продажам пользуются скриптами (или сценариями) продаж.

Скрипты- это фразы или полноценные тексты, которые менеджер выучивает наизусть и активно применяет их в своей речи в различных ситуациях в процессе общения с клиентом, подталкивая его к свершению процесса купли-продажи.

Скрипты можно поделить на группы:

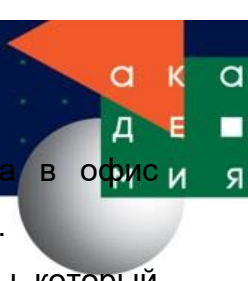
- Скрипты приветствия
- Скрипты о турпродуктах и сопутствующих туристских услугах
- Скрипты определения потребностей клиентов турфирмы
- Скрипты работы с возражениями клиентов турфирмы
- Скрипты прощания с клиентом турфирмы.

Дистанционные подходы к организации туристских продаж.

Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы.

В современном мире, характеризующимся высокими темпами ритма жизни, дефицитом свободного времени, современному человеку, желающему просто получить консультационную помощь от менеджера турфирмы, не хочется тратить время на дорогу в офис, он прибегает к коммуникационным средствам связи- к телефонному общению. Вот почему менеджер должен обладать профессиональными навыками ведения телефонных деловых разговоров.

Как мы знаем звонки бывают входящие и исходящие.



Входящий звонок – звонок осуществляется по инициативе клиента в офис турфирмы и в конечном счете может завершиться покупкой турпродукта.

Исходящие звонки – инициатором которых является менеджер турфирмы, который расширяет клиентскую базу турфирмы.

Технология построения телефонного общения менеджера при входящих клиентских звонках:

- Ответ на телефонный звонок

Существует правило снятия телефонной трубки не позднее 4-5 сигнала. Долгое ожидание может потерять потенциального клиента. Существует принцип «Каждый пропущенный звонок – это звонок в турфирму конкурента»

После снятия трубки менеджеру надо грамотно представиться, назвать фирму, в которую он позвонил, назвать должность и свое имя (менеджера)

В общем виде приветствие выглядит так «Доброе утро/день/вечер. Компания «Глобус-тур», менеджер по продажам, Екатерина». В голосе должны звучать внутренняя улыбка, доброжелательность, уверенность и желание помочь клиенту. Такие несложные приемы помогут настроить собеседника на дальнейшее желание сотрудничать с менеджером турфирмы. Любой человек, позвонивший в турфирму в первую очередь надеется на то, что с ним будут общаться вежливо и корректно. Если контакт не установлен, то и говорить не о чем – человек сразу повесит трубку.

- Осознание цели совершения звонка.

Менеджер должен четко понять, с какой целью звонит клиент, и он должен иметь осознание того, что как только он снял трубку телефона – он отвечает за решение вопросов и проблем клиента, т.е. на данный момент он является связующим звеном между клиентом и турфирмой, Менеджеры должны помнить, что они в данный момент – голос турфирмы, и их задача – максимально

расположить к себе каждого позвонившего человека, как будущего потенциального клиента турфирмы.

Для выявления цели звонка менеджеры обычно задают после приветствия следующие вопросы: «Чем я могу вам помочь?», «Что именно вас интересует?»

А также надо внимательно выслушать собеседника. А также важно правильно задать вопросы, вовремя сделать паузу, чтобы выслушать ответ, следить за интонацией. Это помогает наладить диалог, понять, чего хочет клиент, а затем и сделать подходящее предложение.

- Ответная реакция на суть телефонного звонка.

Поняв цель звонившего, менеджер должен предоставить клиенту всю интересующую его информацию, например, относительно туров, цен, условий оплаты, местонахождения офиса продаж турфирмы и так далее. Клиент должен понять, что на том конце трубки находится профессионал, который понимает, что ему надо. Вести разговор с клиентом следует вежливо, спокойно, не вступать в спор, где повышать голос вне зависимости от тона собеседника, тактично прерывать собеседника при необходимости и переводить разговор в нужное русло.

- Стимулирование прихода клиента в офис турфирмы разными предложениями.

Чтобы клиент пришел в офис турфирмы, во время телефонного разговора его следует заинтриговать. Чтобы турист пришел именно в наш офис, можно по телефону обозначить несколько интересных спецпредложений., добавив, что это не единственные имеющиеся варианты, поэтому лучше подъехать в офис.

- Окончание телефонного разговора менеджером турфирмы.

Заканчивая разговор, делайте это правильно, поскольку начало и конец разговора составляют 80 % общего впечатления клиента. Как бы не закончился разговор, менеджер всегда должен поблагодарить клиента за звонок и сообщить, что он рад будет видеть клиента в офисе турфирмы. При завершении разговора следует поблагодарить клиента за то, что он позвонил, используя одно из часто встречающихся речевых шаблонов: «Спасибо за Ваш звонок. Будем рады видеть вас в офисе нашей компании»

Помимо входящих звонков некоторые турфирмы используют технологию «холодных звонков», как метод стимулирования продаж турпродукта.

«Холодные звонки» - это телефонные звонки, осуществляемые по инициативе турфирмы, ее менеджерами по продажи незнакомым людям или компаниям с целью предложения им определенных турпродуктов компании и желания наладить сотрудничество.

При проведении «холодных звонков» менеджерами турфирмы можно выделить следующие основные этапы их проведения:

- Подготовка к совершению звонка
- Совершение «холодного звонка» и начало разговора
- Активная фаза звонка

- Завершение телефонного звонка и прощание.

Технология организации интернет-продаж турпродукта

Мировой туристический рынок в последнее время постоянно и динамично развивается, осваивая все новые, более совершенные технологии взаимодействия с потребителями туристских услуг. Одной из таких технологий являются интернет-продажи в туристической индустрии, популярность которых из года в год растет.

Крупнейшие туроператоры постепенно увеличивают свои продажи через Интернет. Сдерживающими факторами онлайн продаж в туризме является ряд проблем, среди которых:

- Относительно невысокий уровень осведомленности потенциальных потребителей о возможностях онлайн-покупок
- Отсутствие культуры онлайн-покупок и страх перед онлайн-покупками
- Процесс перехода к онлайн-продажам требует определенных затрат и занимает продолжительное время.

Основными потребителями туристских услуг через интернет в РФ являются люди в возрасте от 30-54 лет

Основными потребителями турпродуктов турфирм онлайн обычно являются следующие потребительские группы:

- Потребители, проживающие за пределами городской черты, которым сложно добраться до офиса турфирмы, и они не хотят тратить время на пробки
- Потребители, которым не с кем оставить ребенка для того, чтобы приехать в офис турфирмы

- Деловые люди, которые очень заняты работой и не имеют возможности в течение

рабочего дня покинуть свое рабочее время

- Активные пользователи информационных технологий и продвинутые пользователи интернет-пространства, которые все покупают через Интернет
- Ленивые потребители, которым просто не хочется выходить из дома.

На сегодняшний день существует два способа продажи туров онлайн: продажа его туроператором напрямую клиенту через свой собственный сайт или же его продажа через сайт партнера – агрегированных сайтов.

Технология самостоятельных продаж тура через сайт турфирмы довольно проста и включает в себя следующие основные этапы:

- Регистрация потребителя на сайте в целях создания личного кабинета
- Подбор турпродукта на сайте во вкладке, которая обычно называется «Подбор тура»
- Процесс бронирования турпродукта
- Оформление турпродукта
- Оплата турпродукта и подтверждение услуг турпродукта
- Предоставление потребителю документов, связанных с приобретением турпродукта
- E-mail и SMS – уведомления
- Аннуляция турпродукта и возврат денежных средств

Следующий способ организации онлайн-продаж турпродуктов туроператора – это продажа турпродуктов через туристские агрегаторы.

Турагрегатор – это компания, которая собирает все предложения по турам от подключенных к системе туроператоров и дает возможность поиска туров по все туроператорам в одном месте.

Турагрегатор может быть, как посредником, т.е. брать процент с клиента, исключительно бесплатным сервисом (продает туры по цене туроператора, но при этом туроператор платит вознаграждение за привлеченного клиента)

Взаимодействие туроператора с турагенскими агрегаторами строится на основе следующей технологии:

- Туроператор заключает обычный агентский договор с туристским агрегатором и его турпродукты, так же как турпродукты иных туроператоров, заключивших договора появляются на сайте агрегатора, т.е. клиент получает доступ к базе туров.
- Клиент при помощи турагрегатора имеет возможность подобрать себе наиболее подходящий ему по его предпочтениям турпродукт.
- Заполнение формы заявки на тур
- Оплата заявки на бронирование.
- Турагрегатор производит приобретение турпродукта по заявке клиента у туроператора
- Турагрегатор получает от туроператора необходимый пакет документов для совершения тура и не позднее 24 часов до начала тура передает ее клиенту, либо через свои офисы продаж, либо электронным способом, направляя документы на адрес клиента, указанный в заявке.



турпродукта

Высокие темпы развития телекоммуникационных технологий и массовое распространение Интернета в социуме постепенно приводит к тому, что мобильные устройства постепенно заменяют персональные компьютеры и ноутбуки. Уже в 2016 году впервые в истории мировой мобильный интернет – трафик оказался больше, чем трафик с настольных компьютеров.

Мобильные устройства и сервисы стали центром развлечений и деловой жизни людей, а также средством коммуникаций. Мобильная индустрия становится больше, чем развивающийся рынок смартфонов. Представители турфирм поняли, что в туристских поездках путешественники больше всего ценят комфорт и удобство и именно поэтому многие люди чаще пользуются услугами турфирм, а не планируют путешествие самостоятельно, поскольку всегда приятно, когда за тебя все продумано, можно расслабиться и сэкономить много времени на другие занятия, а турфирма позаботится обо все необходимом: подбор тура, бронь отеля и так далее.

В связи с этим многие турфирмы активно обратили свой взор в сторону разработки мобильных предложений для туристов, поскольку с помощью мобильного предложения покупка продукта может стать проще и удобней для них.

85% путешественников берут с собой мобильные устройства, поэтому в наше время турфирмам необходимо вовлекать клиентов в процесс взаимодействия и быть на связи с ними на каждом этапе сотрудничества.

Мобильные приложения большинства туроператоров позволяют клиентам:

- Самостоятельно подбирать тур
- Оценивать туристские дестинации для своих туристических поездок, отбирая туристские направления для путешествий
- Пользоваться дополнительными сервисами (страхование, такси)
- Проводить сравнительный анализ ценовых предложений и отбирать самый экономически выгодный турпродукт
- Смотреть описание всех отелей, отзывы туристов, фотографии
- Конкретизировать местоположение средства размещения на карте и осуществлять бронирование понравившегося турпродукта
- Использовать приложение как справочник для нахождения интересных объектов, предприятий, отелей и т.д.

- Иметь возможность навигации
- Использовать приложение как туристический гид
- Подписаться на интересные новинки
- Иметь возможность организации прямого звонка
- Иметь возможность оплаты тура
- Иметь возможность пользоваться инфо-вкладкой
- Получать возможность информационного новостного обеспечения.

Это неполный список тех возможностей, которые турфирмам дают мобильные приложения.

Преимущества мобильных приложений:

- Легкость и простота сотрудничества с потребителем турпродукта без географических, временных и иных ограничений
- Бесплатный маркетинговый инструмент для активного продвижения турпродукта в массы
- Увеличение оперативности бронирования турпродукта
- Рекламирование и популяризация бренда турфирмы и увеличение лояльности к самой компании со стороны клиентов
- Расширение возможностей турфирмы при помощи инновационных мобильных технологий
- Сокращение нагрузки на систему онлайн поиска турпродуктов на сайте турфирмы

Основные моменты при разработке мобильного приложения:

- Легкость и простота использования мобильного приложения.
- Грамотный и интересный дизайн
- Доступность
- Постоянный апгрейт информации
- Работа с положительными откликами
- Интенсивное продвижение мобильного приложения

2.4. Технологии продвижения турпродукта

Продвижение турпродукта. Классические инструменты продвижения турпродукта. Основы традиционного маркетинга в туризме.

Продвижение турпродукта – это комплекс мер, направленных на его реализацию, включающий рекламу, участие в специализированных выставках,

организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов, интернет-страниц, интернет-сайтов и т.д.

Турпродукт по своей сути — это услуга. Услуга – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо.

Продвижение турпродукта, услуги, оказываемой турфирмой невозможно без анализа и выявления потребностей клиентов с целью создания набора инструментов, способствующих удовлетворению этих потребностей -это маркетинг.

Маркетинг – это процесс управления выявлением, прогнозированием и удовлетворением потребностей потребителей с целью получения прибыли.

Продвижение услуги на рынке – трудоемкий и сложный процесс, в отличии от продвижения товара.

Характеристики услуги:

- Неосвязаемость
- Непрерывность
- Неотделимость производства и потребления услуги
- Несохранимость
- Непостоянство качества

Все эти характеристики препятствуют полноценному процессу продвижения услуги, т.е турпродукта на рынке.

Традиционный маркетинг МИКС

Маркетинг МИКС – это набор инструментов, используя который маркетологи или менеджеры турфирмы стараются удовлетворить клиента.

Успешное продвижение турпродукта невозможно без понимания целевого направления на конкретный сегмент клиентской базы.

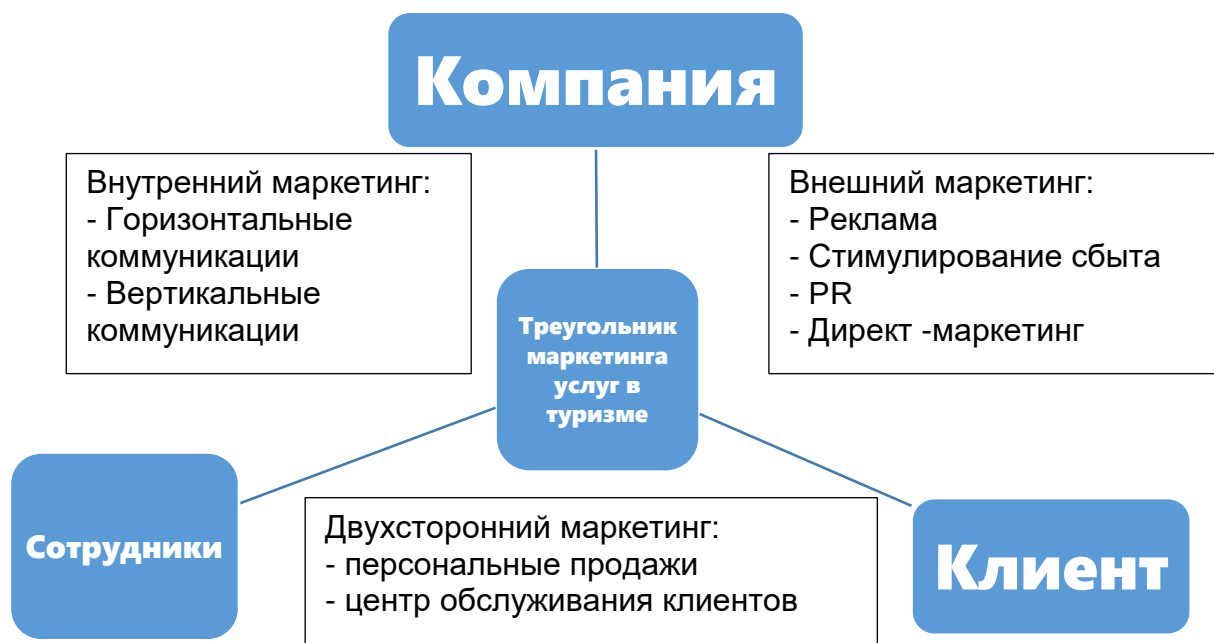
Здесь можно выделить следующие моменты:

- Сегментация – рынок услуг обеспечивает конкретные рынки потребителей
- Целевые рынки- понимание целевой аудитории является неотъемлемой частью при запуске любой услуги
- Позиционирование – зависит от людей, процессов, сарафанного радио.

Как использовать маркетинг МИКС в продвижении услуг/турпродуктов компании:

1. Оценка стратегии компании
2. Внедрение компонентов МИКС маркетинга

Треугольник маркетинга в туризме:



Мастер-класс «E-mail маркетинг нового поколения»

Продвижение турпродукта с помощью E-mail маркетинга. Такой вид инструмента продвижения туров отлично себя показывает, как в работе турагентства, так и в работе туроператорской компании.

Последние годы работы в турбизнесе показывают, что грамотность и осведомлённость туристов выросла, многие клиенты теперь знают турбизнес лучше турагентов.

Сегодня неуклонно растёт доля online-продаж, при которых клиенты обходятся без визита в офис агентства, предпочитая покупать туры удалённо по причине того, что так удобнее.

В последние годы прослеживается тенденция удлинения «цикла сделки». Клиент обращается в турагентство заранее, лучше формулирует требования к предстоящей поездке и более тщательно выбирает. Работая с такими туристами, в подавляющем большинстве случаев, без качественной подборки, созданной в минимальные сроки просто не обойтись.

И самое главное: кардинально изменился подход к работе с электронной почтой.

Теперь для агентства, где внедрён e-mail-маркетинг, адрес клиента превратился из малополезного канала связи в мощнейший маркетинговый инструмент продвижения и продаж и опережения конкурентов.

Для успешного функционирования e-mail-маркетинга необходимы 3 инструмента:

1. CRM-система - система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, сокращение от англ. Customer Relationship Management) — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Система CRM отвечает за то, чтобы менеджер всегда знал, на каком этапе коммуникации какой клиент сейчас находится, и делал всё вовремя, благодаря напоминаниям о необходимых контактах.

Вариантов программного обеспечения офиса с возможностями CRM на сегодняшний день очень много.

2. Система создания подборок туров Qui-Quo

Qui-Quo значительно упрощает процесс подбора предложений для клиента непосредственно при визите в офис, а также при отправлении письма на электронную почту.

Плюсы работы с системой Qui-Quo.

- Возможность собирать предложения с разных сайтов туроператоров
- Формирование письма непосредственно в системе
- Формирование писем в разных стилях
- Отслеживание прочтения письма клиентом
- Возможность отследить, какие именно предложения заинтересовали клиента
- Экономия времени клиента и менеджера, так как письмо формируется само, достаточно кликнуть на специальный значок.
- Возможность изменения стоимости туров, возможность добавления скидки.
- Создание клиентской базы с сегментированием.

3. Сервис электронных рассылок.

Сервис дает возможность рассылать не только продающие подборки туров, но и письма несущие информационный характер о новинках, о погоде на курортах, о национальных традициях стран и регионов и т.д.

В идеале если эти три инструмента E-mail маркетинга интегрированы друг с другом в офисе. Но и по отдельности они могут работать.

Благодаря такой связке, одновременно достигаются три цели:

1. Агентство опережает конкурентов. Нет лучшего способа рассказать о турагентстве и показать отличия от конкурентов, чем качественная email-рассылка. Welcome-серия писем, которую получают все новые клиенты агентства, заточена под эту задачу. А пока клиент находится в контексте подбора тура, он очень внимательно читает каждое письмо от менеджера, с которым работает.

2. Подборка даёт клиенту качественную информацию, на которую менеджер сможет опираться и ссылаться в последующих шагах коммуникации. Для менеджеров создаются скрипты (сценарии беседы с клиентом) для вторичных звонков, подразумевающие, что клиенту отправлялась подборка.

3. Кроме того, сегодня подборки сами по себе уже стали полноценным инструментом продаж. Например, та же Qui-Quo в связке с правильным поисковиком, позволяет вставить в подборку ссылку на карточку тура на сайте агентства, пройдя по которой, клиент может сразу оплатить тур.

Однако одной лишь электронной почты всё же недостаточно для полноценного продвижения. Нужен здоровый баланс: менеджер должен понимать, что связка поддерживающих продажи инструментов не выполнит всю работу за него, и использовать скрипты вторичных контекстных звонков клиенту, гарантирующие успешное закрытие сделки.

Следующий этап продвижения турпродукта - так называемые „запуски“

Когда налажена работа офиса, менеджеры научились звонить клиентам, рассылка с

интересным и читаемым контентом выходит регулярно, осуществляется переход на следующий уровень — „запуски“.

Запуск — это заранее продуманная серия взаимодействий с клиентом, посвящённая определенной теме (или турпродукту).

Пример: отправляем по клиентской базе пару писем, в которых рассказываем о том, что такое раннее бронирование, затем в работу включаются менеджеры и они по спецскрипту обзванивают клиентов (письма уже ушли, так что у менеджеров есть повод для звонка), а затем усиливаем проведенные этапы дополнительными письмами с подборками, публикациями в соцсетях и мессенджерах.

Длится запуск обычно 2–4 недели. Всё это время турфирма транслирует на клиентов идею (разными словами и через разные каналы).

Поскольку каналы разные, а продающие сообщения чередуются с контентными, у клиента не возникает ощущения, что это продажа.

Правильно сделанный „запуск“ воспринимается клиентской базой как дружеское общение на тему, куда и как лучше путешествовать “.

В результате клиенты чувствуют, что агентство всегда „рядом“ (даже, когда они не находятся в процессе подбора тура), а агентство получает желаемые заявки и рекомендации.

Проведение „запусков“ требует подготовки — нужно написать письма, продумать скрипты, решить, кого будем обзванивать и т. д.

Поэтому заранее определяется какие „запуски“ и когда будут проводиться.

Например, туристский год делим на 5 периодов, в каждом из которых есть свой органический контекст для стимулирования продаж.

- Январь и февраль — раннее бронирование туров за границу
- Март и апрель — отдых на майские праздники, школьные туры, событийные туры на летний период
- С мая по сентябрь — усиливаем продажи в сезон;
- С сентября по октябрь — продаем экскурсионные программы, однодневные программы для школьников

- С октября по декабрь — отдых на новогодние каникулы, в том числе однодневные корпоративные выезды, туры для школьников.

В основе каждого „запуска“ лежит продуманная цепочка взаимодействий через базовые каналы - серия e-mail-писем в связке со скриптом обзвона. По возможности усиливаем „запуск“ сообщениями через изолированные каналы.

Качественно продуманный и проведенный „запуск“ дает отличные показатели — продажи по постоянным клиентам увеличиваются почти в два раза, увеличиваются продажи по рекомендациям постоянных клиентов



Практическое задание – мастер -класс

Спроектировать «запуск» экскурсионных предложений для школьников, приуроченных к окончанию учебного года.

Рассылка этих предложений в нашем случае будет сориентирована на учителей, родителей, постоянных клиентов, которые совершали семейные путешествия и у которых есть дети школьного возраста.

Для начала спланируем welcome – письмо: «А как вы планируете отпраздновать окончание учебного года?», в котором, например, можно красочно описать праздник «Алые паруса» в Санкт-Петербурге, теплоходные прогулки по Москве реке, встречу рассвета в каком-то хорошем загородном отеле, интересный тур с интерактивной программой в Этномире.

Текст письма: «А как вы планируете отпраздновать окончание учебного года?»

Подходит к концу 3-я четверть, и многие родители уже задались вопросом как организовать досуг своих детей и их одноклассников в конце мая в предверии долгожданных летних каникул. Сегодня набирают популярность такие направления однодневных и многодневных поездок, как.... И далее описываем наши туры с красивыми фотографиями, без привязки к четкой дате (речь идет о мае месяце).

В этом письме мы не должны указывать цены и призывать к бронированию.

Вторым шагом будут звонки клиентам (так называемая реактивация)

Скрипт звонка: «Добрый день! Вас беспокоит „имя“, турфирма «,,,». Вам удобно говорить? Или «У Вас есть одна минутка?»

«Я высылала Вам письмо о школьных майских выездных мероприятиях.

Вы получали мое письмо? Хочу Вам сообщить, что уже открылось бронирование на май. Если вы планируете с классом майский выезд, уже есть большой выбор поездок.»

Далее клиент просит прислать подборку с ценами на почту, или менеджер предлагает прислать подборку на почту.

Третий шаг: Высылаем письма с подробными программами туров и ценами на почту клиента.

Четвертый шаг: Через 5 – 8 дней высылаем письмо о наличии мест на различные туры. С мягким напоминанием, что туры на май для школьников «разлетаются как горячие пирожки».

Пятый шаг. Параллельно рассылке и звонкам ведем страничку в соцсетях,

где публикуем пост «Конец учебного года близко! Ура!», где тоже размещаем наши предложения, новости, связанные с нашей темой, обновляем варианты туров, приглашаем друзей и новых пользователей. Страничка в соцсетях должна быть ежедневно активна, иначе в ней нет смысла.

В Инстаграмме очень эффективно размещать отчеты о прошедших мероприятиях. Размещаем фото с комментариями «Как школьники отмечали окончание учебного года в 2017 году!» Придумываем хеш-теги к выложенным фото.

Задания по Модулю 2. Современные технологии в профессиональной сфере деятельности по компетенции «Туризм»

1. Перечислите информационно-коммуникационные технологии, используемые при подготовке специалистов в сфере туризма

2. Перечислите основные этапы процесса личной продажи турпродукта в турфирме.

3. Перечислите приемы нейро-лингвистического программирования, используемые в туристских продажах .

4. Взаимодействие туроператора с турагентскими агрегаторами строится на основе следующей технологии:

5. Практическое задание:

Разработайте «запуск» летнего отдыха для семейных пар с детьми.

Предложите дату начала «запуска».

Спроектируйте welcome – письмо, скрипты звонков, письма с подборками туров, письма с информацией о наличии мест. Спроектируйте блок публикации для странички в соцсетях и сообщения для мессенджеров.

3. Модуль 3. Содержание профессиональных модулей основной профессиональной образовательной программы и

стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм»

3.1. Методика реализации основной профессиональной образовательной программы и отдельных профессиональных модулей с применением стандарта компетенции «Туризм» Ворлдскиллс Россия.

Цель корректировки ОПОП: создание ОПОП (рабочих программ УД и ПМ) по специальностям/профессиям, основанных на действующих ФГОС СПО и учитывающих требования профессионального стандарта (работодатели, рынок труда) и требования WSR/WSI (лучший мировой опыт).

Задачи:

1. проведение анализа передового российского и зарубежного опыта стандартизации и оценки компетенций студентов по специальностям/профессиям;
2. определение целей и направлений совершенствования имеющихся образовательных программ;
3. обоснование перечня дисциплин и структуры учебного плана с учетом требований соответствующих профессиональных стандартов и положений WSR/WSI;
4. определение требований к материально-технической базе и кадровому обеспечению с учетом требований соответствующих ПС и положений WSR/WSI;
5. разработка ОПОП по специальностям/профессиям с учетом требований соответствующих профессиональных стандартов и положений WSR/WSI.

Результат: расширение содержания ОПОП, изменение содержания образовательной программы, пополнение содержания рабочих программ УД и ПМ новыми дидактическими единицами, видами работ на учебной и производственной практике.

3. Алгоритм корректировки ОПОП

Общие подходы к содержанию ОПОП, рабочих программ:

1. ориентация на материально-техническое обеспечение, соответствующее международным, профессиональным стандартам, стандартам WSR;
2. изменение в кадровом обеспечении;
3. ориентация на применение конкурсных заданий национальных чемпионатов по компетенциям WSR;



4. совместимость программ профессионального образования по видам и срокам обучения;
5. принцип детализации, конкретизации результатов освоения РП, ОПОП;
6. соответствие системы оценивания принципам WS.

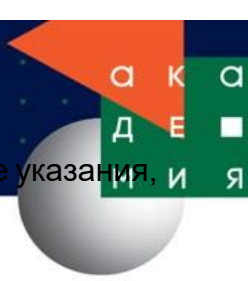
Пошаговый алгоритм корректировки ОПОП можно показать следующим образом:

1. Выбор необходимых профессиональных стандартов:
 - один стандарт, имеющий одинаковое/синонимичное ФГОС название;
 - часть профессионального стандарта (например, одна из описанных в нем обобщенных трудовых функций);
 - несколько профессиональных стандартов, каждый из которых отражает, например, специфику деятельности в той или иной отрасли или описывает одну из квалификаций, осваиваемых при изучении программы.
2. Ознакомление с содержанием технического описания, конкурсного задания на официальном сайте WS.
3. Проведение сравнительного анализа содержательных единиц ПС и ФГОС СПО, а также технического описания профессиональной компетенции WS (приложение 1).
4. Анализ содержания рабочих программ УД и ПМ.
5. Внесение изменений в содержание рабочей программы (за счет вариативных часов, перераспределения количества часов между разделами, темами и т.п.)
6. Проектирование рабочей программы УД, ПМ. Корректировка (дополнение) содержания рабочих программ учебных дисциплин и профессиональных модулей, ФОС и КОС.
7. Корректировка (дополнение) содержания ФОС и КОС.
8. Корректировка (дополнение) содержания программы ГИА.

Проектирование рабочей программы УД, ПМ.

Проектирование рабочей программы УД, ПМ, корректировка (дополнение) содержания рабочих программ учебных дисциплин и профессиональных модулей проводится с учетом внесения изменений в:

1. практический опыт, знания, умения, разделы, темы УД, ПМ;
2. дидактические единицы;
3. тематику и формы проведения практических работ;
4. тематику и формы самостоятельной работы;



5. дополнительное учебно-методическое обеспечение (методические указания, рекомендации, учебные пособия и т.п.);
6. виды работ по учебной производственной практике;
7. дополнительное оборудование (иные ресурсы);
8. форму аттестации

Сравнительный анализ содержательных единиц ФГОС СПО и технического стандартов WSR по компетенции Туризм

ФГОС наименование МДК, профессиональные компетенции	Знать, уметь ФГОС	Наименование модуля в конкурсном задании WSR	Знать, уметь WSR
ПМ. 01 Предоставление турагентских услуг МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности Профессиональные компетенции ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации. ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах. ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта. ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы). ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю. ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	обучающийся должен: иметь практический опыт: выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта; проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта; взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; оказания визовой поддержки потребителю; оформления документации строгой отчетности; знать: структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования; методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках; технологии использования базы данных; статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры; особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме; виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий; характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; правила оформления деловой документации.	А 1. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура Е 1. Технология продаж и продвижение турпродукта	Участнику необходимо знать: структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования; технологии использования базы данных; статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры; особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; правила оформления деловой документации; перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;

	документации; правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности; перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию. уметь: определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники; принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами; обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям; оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности; принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности; предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию. Участнику необходимо уметь: определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; представлять туристский продукт; оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.
--	--	--

	визы; консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз; доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;		
ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов МДК.02.01. Технология и организация сопровождения туристов МДК.02.02. Организация досуга туристов Профессиональные компетенции ПК 2.1. Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут. ПК 2.2. Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте. ПК 2.3. Координировать и контролировать действия туристов на маршруте. ПК 2.4. Обеспечивать безопасность туристов на маршруте. ПК 2.5. Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной. ПК 2.6. Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.	В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт: оценки готовности группы к турпоездке; проведения инструктажа туристов на русском и иностранном языках; сопровождения туристов на маршруте; организации досуга туристов; контроля качества предоставляемых туристу услуг; составления отчета по итогам туристской поездки; уметь: проверять документы, необходимые для выхода группы на маршрут; определять особые потребности тургруппы или индивидуального туриста; проводить проверку готовности транспортных средств при выходе на маршрут; проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках; использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений; организовывать движение группы по маршруту; эффективно принимать решения в сложных и экстремальных ситуациях; организовывать досуг туристов; контролировать качество предоставляемых туристу услуг размещения и питания; контролировать качество предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг; проводить инструктаж по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках; проводить инструктаж об общепринятых и специфических правилах поведения при посещении различных достопримечательностей; контролировать наличие туристов; обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации; оформлять отчет о туристской поездке; оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания туристов; знать: основы организации туристской деятельности; правила организации туристских поездок, экскурсий; требования к организации и специфику спортивно-туристских		

	походов различной категории сложности; приемы эффективного общения; правила проведения инструктажа туристской группы; правила техники безопасности при организации туристской поездки, экскурсии и туристского похода; эффективные методы принятия решений в сложных и экстремальных ситуациях; основы анимационной деятельности; правила организации обслуживания туристов в гостиницах и туристских комплексах; приемы эффективного контроля качества предоставляемых туристу услуг; инструкции по технике безопасности при организации туристских поездок и походов; правила поведения туристов на конкретном виде транспорта; правила оказания первой медицинской помощи; контактные телефоны соответствующих служб, в которые следует обращаться при наступлении чрезвычайной ситуации; основы организации туристской деятельности; стандарты качества туристского и гостиничного обслуживания; правила составления отчетов по итогам туристской поездки.		
ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме Профессиональные компетенции ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. ПК 3.2. Формировать туристский продукт. ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта. ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.	В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт: проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; планирования программ турпоездки, составления программ тура и турпакета; предоставления сопутствующих услуг; решения проблем, возникающих на маршруте; расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках; знать: виды рекламного продукта; правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; способы обработки статистических данных; методы работы с базами данных; методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; планирование программ турпоездки; основные правила и методику составления программ туров; правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;	С 1. Разработка программы тура по заказу клиента Е 1. Технология продаж и продвижение турпродукта	Необходимо знать: виды рекламного продукта; методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; планирование программ турпоездки; основные правила и методику составления программ туров; правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

	составления программ туров; правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; способы устранения проблем, возникающих во время тура; методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; правила бронирования туруслуг; методику организации рекламных туров; правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; технику проведения рекламной кампании; методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; техники эффективного делового общения, протокол и этикет; специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. уметь: осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; обрабатывать информацию и анализировать результаты; налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; работать с информационными и справочными материалами; составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; составлять турпакеты с использованием иностранного языка; оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; оформлять страховые полисы; вести документооборот с использованием информационных технологий; анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; рассчитывать стоимость	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. Участнику необходимо уметь: работать с запросами клиентов; работать с информационными и справочными материалами; составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; оформлять документы; рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; работать с агентскими договорами; использовать каталоги и ценовые приложения; работать с заявками на бронирование туруслуг; использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.
--	---	---

	проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; работать с агентскими договорами; использовать каталоги и ценовые приложения; консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; работать с заявками на бронирование туруслуг; предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;		
ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации МДК.04.01. Управление деятельностью функционального подразделения МДК.04.02. Современная оргтехника и организация делопроизводства Профессиональные компетенции ПК 4.1. Планировать деятельность подразделения. ПК 4.2. Организовывать и контролировать деятельность подчиненных. ПК 4.3. Оформлять отчетно-планирующую документацию. ПК 4.4. Анализировать эффективность работы подразделения и предлагать мероприятия по совершенствованию работы.	В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт: сбора информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений; составления плана работы подразделения; проведения инструктажа работников; работы с офисной техникой; контроля качества работы персонала; составления отчетно-плановой документации о деятельности подразделения; проведения презентаций; расчета основных финансовых показателей деятельности организации (подразделения); уметь: собирать информацию о работе организации и отдельных ее подразделений; использовать различные методы принятия решений; составлять план работы подразделения; организовывать и проводить деловые совещания, собрания, круглые столы, рабочие группы; работать в команде и осуществлять лидерские функции; осуществлять эффективное общение; проводить инструктаж работников; контролировать качество работы персонала; контролировать технические и санитарные условия в офисе; управлять конфликтами; работать и организовывать работу с офисной техникой; пользоваться стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства; оформлять отчетно-плановую документацию по работе подразделения; проводить презентации; рассчитывать основные финансовые показатели работы организации (подразделения) (себестоимость услуг, базовые налоги, финансовый результат деятельности организации, порог рентабельности);		

	собирать информацию о качестве работы подразделения; оценивать и анализировать качество работы подразделения; разрабатывать меры по повышению эффективности работы подразделения; внедрять инновационные методы работы; знать: значение планирования как функции управления; методику сбора информации о работе организации и отдельных ее подразделений; виды планирования и приемы эффективного планирования; эффективные методы принятия решений; основы организации туристской деятельности; стандарты качества в туризме; правила организации делопроизводства и работы с офисной техникой; приемы эффективного общения, мотивации персонала и управления конфликтами; методики эффективной организации деловых встреч и совещаний; принципы эффективного контроля; Трудовой кодекс Российской Федерации; организацию отчетности в туризме; основные финансовые показатели деятельности организации и методику их расчета; методику проведения презентаций; основные показатели качества работы подразделения; методы по сбору информации о качестве работы подразделения; методы совершенствования работы подразделения; инновации в сфере управления организациями туристской индустрии.		
ПМ. 05 Предоставление экскурсионных услуг МДК.05.01. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности МДК.05.02. Разработка и проведение экскурсий на иностранном языке Профессиональные компетенции ПК 5.1. Разрабатывать экскурсионную программу. ПК 5.2. Подготавливать информационные материалы по теме экскурсий. ПК 5.3. Проводить экскурсию в соответствии с заявкой потребителя экскурсионной услуги. ПК 5.4. Инструктировать туристов о правилах поведения во время экскурсии. ПК 5.5. Взаимодействовать со сторонними	Предоставление экскурсионных услуг В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт: разработки и проведения экскурсии; подбора информации по заданной теме экскурсии; сравнительного анализа разработанных инструкций о правилах поведения туристов во время экскурсии; выбора местной организации питания для сотрудничества при проведении экскурсии; заполнения бланка отчета о проведении экскурсии; знать: экскурсионную теорию; технику подготовки экскурсии; объекты экскурсионного показа и критерии отбора объектов экскурсионного показа; достопримечательности в контексте истории, географии и культуры; отечественную историю и культуру; методики работы с библиографическими материалами; техники поиска информационных	D1. Разработка и обоснование туристического маршрута	Необходимо знать: экскурсионную теорию; технику подготовки экскурсии; объекты экскурсионного показа и критерии отбора объектов экскурсионного показа; достопримечательности в контексте истории, географии и культуры; техники поиска информационных материалов в информационно-коммуникационной сети "Интернет"; правила использования офисной техники;

организациями (музеями, объектами общественного питания, транспортными компаниями) по формированию и реализации экскурсионных программ. ПК 5.6. Оформлять отчетную документацию по выполнению программы экскурсии.	материалов в информационно-коммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть Интернет); правила использования офисной техники; музейные организации по программе экскурсии; регламент и правила обслуживания в конкретных музейных организациях; методику проведения экскурсий; методические приемы показа экскурсионных объектов; правила делового протокола и этикета; технику использования микрофона и усилительных средств; техники ведения переговоров, публичных выступлений, экскурсионного рассказа, ответов на вопросы; правила обслуживания на транспорте и правила поведения на конкретном виде транспорта; характеристики транспортных средств, необходимых на маршруте экскурсии; транспортные организации, которые могут предоставить услуги, необходимые при проведении экскурсии; основы психологии и физиологии человека; организации питания по маршруту экскурсии; правила оказания первой медицинской помощи; контактные телефоны соответствующих служб, в которые следует обращаться при наступлении чрезвычайной ситуации; перечень необходимых документов (билеты, путевки, ваучеры); формы установленной отчетности и правила их ведения; инструкции и правила техники безопасности. уметь: использовать методические разработки форм и видов проведения экскурсий; использовать информационные источники (справочную литературу, исторические документы, научную литературу, электронные средства массовой информации); определять цели, задачи и тему экскурсии; определять ключевые позиции программы экскурсии; организовывать протокольные мероприятия при встрече туристов, в начале и при завершении экскурсии; использовать офисные технологии; составлять "Пакет экскурсовода"; определять особые потребности тургруппы или индивидуального экскурсанта; согласовывать место встречи экскурсионной группы и организовывать встречу; использовать методические приемы показа экскурсионных объектов; проводить инструктаж о правилах поведения в группе;		методику проведения экскурсий; методические приемы показа экскурсионных объектов; техники публичных выступлений, экскурсионного рассказа, ответов на вопросы; организации питания по маршруту экскурсии. Участнику необходимо уметь: использовать методические разработки форм и видов проведения экскурсий; использовать информационные источники (справочную литературу, исторические документы, научную литературу, электронные средства массовой информации); определять цели, задачи и тему экскурсии; определять ключевые позиции программы экскурсии; использовать офисные технологии; использовать методические приемы показа экскурсионных объектов.
---	--	--	--

	использовать микрофон и усиленную технику; соблюдать правила протокола и этикета; вести отчеты по установленной форме; проводить инструктаж о правилах поведения в группе и на конкретном виде транспорта; проводить инструктаж об общепринятых и специфических правилах поведения при посещении различных достопримечательностей; контролировать наличие туристов; обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации; учитывать физиологические потребности при передвижении туристов на конкретном виде транспорта; выявлять и предусматривать возникновение потребности во взаимодействии с конкретными организациями для обеспечения проведения экскурсии; производить анализ и отбор конкретных организаций, необходимых для обеспечения проведения экскурсии; заключать договоры на обслуживание экскурсантов силами сторонних организаций; проверять наличие необходимых документов (билетов, путевок, ваучеров); вести отчеты по установленной форме;		
--	--	--	--

3.2 Организация проведения практических занятий с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм».

Практические занятия должны так быть организованы, чтобы студенты ощущали нарастание сложности выполнения заданий, испытывали бы положительные эмоции от переживания собственного успеха в учении, поисками правильных и точных решений. Большое значение имеют индивидуальный подход и продуктивное педагогическое общение. Обучающиеся должны получить возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личный потенциал. Следовательно, при разработке заданий и плана занятий педагог должен учитывать уровень подготовленности и интересы каждого студента группы, выступая в роли консультанта и координатора, не подавляя его самостоятельности и инициативы.

Таким образом, конструирование современного учебного занятия требует от преподавателя правильного выбора методов, приемов, способов организации и форм проведения практических занятий.

время организации практических занятий необходимо соблюдать следующие методические требования:

- практические занятия должны отвечать общим идеям и направленности лекционного курса;
- актуализация знаний студентов не должна быть скучным декларированием теоретических фактов из конспекта или учебной литературы;
- познавательную мотивацию студентов можно и нужно активно стимулировать через обращения к их собственному практическому опыту;
- на практическом занятии студенты должны постоянно ощущать рост сложности задач (нужный переход от алгоритмических к эвристическим задачам);
- необходимо, чтобы студенты постоянно были заняты самостоятельной напряженной работой по поиску решения проблемы, во время которой имели бы возможность проявить творчество, активность, реализовать эвристические умения;
- наиболее активно развитие общих (коммуникативных) компетенций студентов происходит при использовании индивидуально-групповой и групповой формы обучения;
- преподаватель выполняет роль консультанта для тех, кому нужна помощь; использует эвристические приемы, активные методы и разнообразные современные средства обучения;
- преподаватель учитывает индивидуальные особенности и профессиональные интересы каждого студента.

Проведение практических занятий по профессиональному модулю «Предоставление туроператорских услуг с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм».

В рамках подготовки студентов по профессиональному модулю «Предоставление туроператорских услуг с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм» особое внимание уделяется практическим занятиям и развитию навыков общения и работе в командах.

Практические работы модуля условно разделены на работы, связанные с проектированием и разработкой тура и тематические работы, цель которых получить навыки планирования и разработки различных видов туров и закрепить пройденный материал.

взаимосвязаны. Каждая последующая работа вытекает из ранее выполненной. Это связано с технологией разработки тура. Сначала мы изучаем дестинацию, далее формируем цель, формируем целевую аудиторию, далее формируем маршрут, программу тура, технологическую карту и другие сопутствующие документы, далее производит расчет себестоимости тура и стоимости тура с учетом прибыли ТО и агентской комиссии.

Например, при подготовке к первой практической работе во время аудиторного занятия мы выбрали регион - Ленинградская область. Некоторые студенты получили задание – подготовить эссе на тему «Развитие туристического потенциала в городах Ленинградской области».

Каждому студенту был задан свой город. Задание в таком формате дает возможность студентам осмыслить тему, а не автоматически скопировать информацию из интернета, так как о малых городах нет достаточных сведений, собранных в одном источнике. Студенту приходится анализировать информацию с разных сайтов, чтобы получить результат. Еще группа студентов получила задание выявить возможности данной дестинации для разных целевых аудиторий.

Таким образом к практической работе мы подошли с подготовкой. Мы запаслись информацией о туристическом потенциале, проанализировали для каких туристов мы будем разрабатывать турпродукт. Исследование студентов показало, что интересные города Лен. Области достаточно удалены друг от друга. Например, Выборг – на севере области, а Гатчина на юге. В то же время города имеют колоссальную историческую ценность. Преодолеть такое расстояние для детской группы на автобусе будет сложно. Целесообразнее предложить такой тур для взрослой аудитории или для студентов. Так как мы выбрали маршрут по Ленинградской области без охвата центра - Санкт-Петербурга (что для туриста – новичка не будет привлекательно), мы решили, что будем проектировать тур для знатоков, для туристов, которые уже ни один раз бывали в Санкт-Петербурге и желают увидеть города Ленинградской области.

Итак, практическая работа «Проектирование турпродукта»

1. Изучаем дестинацию – заслушиваем подготовленные эссе, просматриваем видеоматериал «Россия. Гений места. Ленинградская область»

Во время просмотра студенты делают пометки в рабочих тетрадях.

Отмечают интересные моменты, нюансы посещения музеев, время работы музеев для будущего планирования тайминга тура, намечают точки питания и варианты размещения группы.

2. Результатом практической работы становится по сути рабочий материал для организации тура менеджера ТО компании.

Следующая практическая работа дополняет сбор материала предыдущей. Студенты в аудитории оснащенной компьютерами и интернет-связью разрабатывают транспортную схему. Проектируют маршрут, составляют схемы маршрута на ж/д транспорте и автотранспорте. Схема маршрута составляется с помощью Яндекс карт., дополняется пометками о расстояниях между

объектами, особенностях автотрассы, загруженности автотрассы. Отмечаются места санитарных остановок, придорожных кафе и магазинов, аптек.

Далее следует работа по проектированию вариантов программы тура. Это следующая практическая работа. У студентов есть возможность выбора транспортных услуг и выбора построения программы и включения объектов в программу тура.

Данная практическая работа должна содержать следующие сведения:

Интересное название тура, вид тура (познавательный, экскурсионный или др.), продолжительность тура, вид транспорта, тайминг по дням

Краткое, емкое, информативное интересное и «с изюминкой» описание объектов показа

Кроме того студенты должны строить программу от реального времени прибытия поезда, если по плану туристы прибывают поездом. Для получения этой информации они пользуются официальным сайтом бронирования ж/д билетов РЖД РФ для варианта проезда туристов.

При выполнении работы студенты пользуются сведениями из предыдущих работ, составляя программу тура, учитывая время работы музеев, световой день, сезонность, расчетный час в отелях.

Существенным условием разработанного тура является условие, что туристы при отправлении и при возвращении из путешествия должны иметь возможность воспользоваться общественным транспортом. Если такой возможности нет, тогда в программу тура включаем трансфер.

Требования к разработке тура также включают особое внимание к расположению объектов показа внутри городов, так как недопустимо чтобы автобус перемещался по одной улице несколько раз.

Последующая практическая работа – это разработка памятки туриста по разработанному туру, инфолиста к туру.

Памятка туриста должна включать сведения о сохранности здоровья и имущества туристов, условия безопасности туристов, об особенностях дестинации, краткий путеводитель (адреса гостиницы, телефоны скорой помощи, мчс, полиции)

Инфолист к туру – подробное описание маршрута, нюансы, форма одежды (при посещении храмов, одежда и обувь в соответствии с климатом), дополнительные услуги, которые можно приобрести на месте)

Рассчитывать себестоимость и стоимость продукта студенты учатся на последующей

практической работе, где представляют смету расходов по туру, включают прибыль туроператора от 10 до 25 % от себестоимости и вознаграждение агентствам от 7 до 10 %

Обязательно включаем в данную смету расходы на проживание и питание сопровождающего персонала (гид, водители)

Практические работы далее по учебному плану включают в себя разработку маршрутов для разных категорий клиентов, разных целей туров.

Практическое занятие (образец выполнения задания)

«Проектирование событийного экскурсионно-развлекательного тура «Праздник Ивана Купала на Оке» для последующего предложения индивидуальным туристам (для формирования сборного тура)

Регион путешествия – Московская, Калужская, Тульская область

Продолжительность тура: 2 дня / 1 ночь

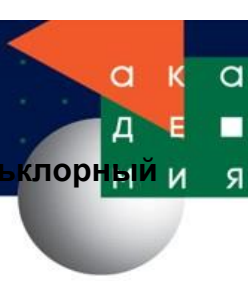
Гостиница эконом класса, номера разных категорий судобствами.

Питание: двухразовое

Вид транспорта: автобус

Группа взрослых туристов: 40 человек (группа сборная, соответственно туристы в большинстве своем друг с другом не знакомы, так как на сборные туры в основном бронируются по 2 человека, либо семьи с детьми)

Группа сформирована в городе Домодедово.



Для проектирования данного турпродукта необходимо

1. Изучить традиции и историю праздника. Сайт Культура.рф.
Важные атрибуты праздника: аниматоры+фольклорный коллектив, берег реки пригодный для проведения праздника, полевые цветы для плетения венков, место для костра, которые надо спустить на воду, украшение площадки праздника в соответствии с темой, угощения для гостей (русская кухня, напитки)
2. Изучить площадки пригодные для проведения праздника в заданных областях на берегах Оки. Необходимо предусмотреть такие нюансы:

- Нельзя проводить мероприятия без согласования с хозяевами площадки
(это может быть муниципальная или частная территория).
- Нельзя проводить такого рода мероприятия на территории заповедных зон
- Если мы не знаем особенностей берегов реки в данных
- регионах, лучше подбирать место праздника в городках и поселках.

Мы можем выделить несколько участков для проведения праздника: пос. Велегож и г. Алексин в Тульской области, г. Таруса в Калужской области, Серпуховский район, территория баз отдыха на Очковских горах (там же можно организовать размещение)

3. Подобрать экскурсионную программу территориально близкую к месту проведения праздника. Создаем маршрут тура с помощью Яндекс карт
4. Таруса – Музей Паустовского, музей семьи Цветаевых, экскурсия по Тарусе
Алексин – Краеведческий музей, осетровая ферма
Велегож – относительно близко Усадьба Поленово
Серпухов – Историко-художественный музей, насыщенная экскурсия по городу
Предлагаю выбрать место проведения праздника Тарусу. В этом случае разрешительные документы можно оформить в администрации города.
В Тарусе есть возможность арендовать теплоход.
Из Тарусы можно легко попасть в Поленово на теплоходе.

Таруса находится близко к Серпухову (30 км) и мы можем включить Серпухов в экскурсионную программу.

5. Осуществляем подбор отеля с разными вариантами размещения, так как группа будет состоять из разных категорий туристов (группа сборная)
Номера должны быть: 2-х местные, 3-х местные, 3-х местные с доп. местом, 1-но местные.
6. Анализируем варианты организации питания для группы.
Кафе в территориальной близости к экскурсионным объектам. Так как у нас запланирован фольклорный праздник можно предложить обед предложить в форме пикника, или обед с русскими блюдами на открытой террасе
7. Формируем программу тура, добавляя посещение музеев, теплоходную прогулку, питание и анимационную программу.
Редактируем и дополняем маршрут тура с помощью Яндекс карт

Например, в первый день можно посетить один из монастырей Серпухова (так как он находится по пути в Тарусу) далее прибыть в Тарусу, организовать обед в кафе и проследовать на теплоход для экскурсии в Поленово.

По прибытии обратно разместиться в отеле/гостинице

Ужин с анимационной программой, живой музыкой. Так как туристы в группе не знакомы, их надо перезнакомить, сплотить. Такие эмоции способствуют удовлетворенности туриста.

На второй день предлагаем завтрак, музей семьи Цветаевых, обзорную пешую экскурсию по Тарусе. Пикник на берегу Оки (русская кухня, напитки), праздничная программа «День Ивана Купала на Оке»

Предлагаем туристам подробное описание праздника. Описание должно содержать такие элементы, чтобы турист захотел поехать.

8. Формируем технологическую карту тура.
Технологическая карта тура должна содержать полные сведения о программе тура, тайминг и др. сведения в соответствии с таблицей.

Технологическая карта туристического маршрута (образец)

1. Основные сведения о маршруте

Маршрут путешествия _____

Наименование и вид маршрута

Протяженность маршрута (км) _____

Продолжительность путешествия (суток) _____

Число туристов в группе (рекомендуемое) _____

Стоимость (ориентировочная) _____



2. Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.д.	Перевозка туристов	Другие услуги

3. Описание туристского маршрута

9. Рассчитываем себестоимость тура

Расчет стоимости должен включать:

Транспортные услуги. Автобус на два дня 45 000 руб.

Услуги экскурсовода, сопровождающего группу и работающего на обзорных экскурсиях 2 дня * 5000 руб = 10 000

Размещение в отеле, включая одноместные номера для гида и водителя

Обед для туристов и для водителя и гида

Аренду теплохода до Поленово и обратно

Ужин с анимацией (на питание в ужин считаем также гида и водителя)

Экскурсия в музей семьи Цветаевых

Пикник на берегу Оки

Анимационная программа с украшением территории и угощением для туристов

10. Делим полученную полную себестоимость на количество туристов (гида и водителя исключаем). Получаем себестоимость тура на человека

11. Рассчитываем стоимость тура на группу и на каждого туриста

К полной себестоимости прибавляем прибыль туроператора 10 -15 % от себестоимости тура

Делим на кол-во туристов

12. Комиссия партнерам агентствам

10 % - прибавляем к стоимости тура на одного туриста

Задание для самостоятельного выполнения:

В турфирму обратились сотрудники частной школы города Москвы с запросом на организацию тура для их коллектива.

«Просим Вас предложить экологический тур для нашего коллектива.

Хотелось бы прогуляться по эко-тропам, посетить заповедники с чистым воздухом, попробовать эко-продукты и купить эко-продукты, возможно посещение пчеловодческих хозяйств, где мы сможем приобрести продукты пчеловодства или других хозяйств...

Мы бы хотели выехать на автобусе, на 2 дня. Отель класса комфорт. В первый день мы хотели бы тематический ужин с развлекательными элементами, так как мы выезжаем в честь окончания учебного года.

Наш коллектив 25 человек (все взрослые)

Питание можно предложить двухразовое.

Предполагаемые даты тура: 23-24 июня 2018 года.

В соответствии со стандартами WSR по компетенции Туризм при разработке задания по модулю С Разработка программы тура по заказу клиента, необходимо составить аннотацию на иностранном языке.

Аннотация — это краткое обобщенное описание турпродукта. Главная задача аннотации не просто дать краткое описание турпродукта, но и заинтересовать туриста, чтобы ему захотелось увидеть все своими глазами.

Объём высказывания - 10-15 предложений.

Структура аннотации

Приветствие

Слова признательности

Основная часть

Ссылка на последующие контакты

Theoretical Part

Structure of Tour Annotation

Greeting

Dear ...

ladies and gentlemen,

Mr. Petrov,

client...

Words of Appreciation

To begin with, we would like to thank you for ...

applying to our company

choosing our company

Body

Regarding to your request we consider (think) it to be very interesting and exciting to work at it. We are glad (happy) to offer you a one-day tour to.....

Now we are ready to represent the results of our work. A tour consists of

a journey

a city walk around...

During our tour you`ll have an opportunity

to find yourself in ...

to relax in ...

to spend a week (a few days) in ...

Also you`ll have a chance

to meet local people

to enjoy the beauty of the nature

Pay attention that it`s ...

very (rather) cold (hot, warm) in ... in winter (summer). So take some warm (light) clothes not to be cold (hot)!

Reference to Future Contacts

We really hope that this tour will satisfy all your needs!

We really hope that this tour will satisfy all your dreams and wishes!

We tried to do our best to meet all your requires and wishes!

Sample of Annotation.

Dear ladies and gentlemen,

To begin with, we would like to thank you for applying to our tourist company.

Regarding to your request we consider it to be very interesting and exciting to work at it. We are glad to offer you a four-day tour to Tuscany. Now we are ready to represent the results of our work. During this tour you will have an opportunity to spend a few days in Italy. There is a lot to see and do in Tuscany, the difficulty is really where to start. Certainly you should start with Florence, and then continue on to Siena and Pisa. You`ll have a chance to enjoy an unforgettable striking roll called città di arte around cities of art: Arezzo, Cortona, San Gimignano and Lucca. The more you come to know the region, the more extraordinary Tuscany appears.

We really hope that this tour will satisfy all your needs! Enjoy your visit!

Практическая часть

1. Сформулируйте определение термина «аннотация турпродукта» своими словами.

Ответ _____

2. Перечислите основные структурные элементы аннотации турпродукта.

Ответ _____

Practical Part

3. Choose the definition of the tour annotation.

- a) It is a full description of the tour with all necessary details.
- b) It is a brief description of the tour with necessary details.
- c) It is a brief description of the tour without details.

4. Write down the structural elements of the tour annotation in correct order.

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____

5. Match English and Russian equivalents.

- 1. regarding to your request a) Уважаемый г-н Браун
- 2. to enjoy the beauty of the nature b) относительно Вашего запроса
- 3. pay attention c) удовлетворять все требования и пожелания
- 4. Dear Mr. Brown d) мы рад предложить Вам
- 5. we are glad to offer you e) во время тура

6. you'll have an opportunity to spend a few days in... f) обратите внимание
7. we really hope that this tour will satisfy all your needs. g) насладиться красотой природы
8. during the tour h) у Вас будет возможность провести несколько дней в ...
9. to thank for applying to the company i) мы очень надеемся, что этот тур удовлетворит Ваши потребности
10. to meet all requires and wishes j) благодарить за обращение в компанию

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Finish the sentences using suitable word combinations.

1. you'll have a chance to a) an excursion around the city centre
2. pay attention that b) spa is available at the hotel
3. we hope this tour will c) it's very windy in September
4. a tour consists of d) with the tour guide
5. regarding to e) swim in the warm waters of the Black sea
6. thank you for f) ladies and gentlemen
7. dear g) offer you a four-day tour around Paris
8. if you wish to relax h) satisfy all your wishes
9. you'll be accomplished i) applying to our company
10. we are glad to j) your request

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Read the tour annotation, put sentences in the correct order and divide it into abstracts. Translate the tour annotation in written form without using a dictionary.

We are happy to represent you a one-day tour to Moscow. Dear Mr. Lavrov, to begin with, we would like to thank you for choosing our company. A tour consists of a city walk around the centre of Moscow. To visit Moscow means to touch to the history of Great Russia, to be in the very heart of a huge country. If you don't visit the Kremlin you won't see the capital. We don't doubt you'll enjoy walking along the

During your tour you'll have an opportunity to see the festive Moscow from the height of the bird's flight in the Vorobyovu Hills. Regarding to your request we find it to be very interesting to work at it.

[illegible]

Однодневный автобусный тур в горный парк Рускеала – это, пожалуй, то, с чего стоит начинать знакомство с Карелией. Его сердце – знаменитый Мраморный каньон – великолепный пример сотрудничества природы и человека. Именно отсюда везли мрамор для отделки Исаакиевского собора и станций петербургского метрополитена. И именно здесь удастся проникнуться борьбой двух стихий – воды и камня, которой славится северный край. Помимо главного каньона, Вы увидите водопады Ахвенкоски, Итальянский карьер, Светлое озеро, а гид расскажет о том, как возникло это карельское чудо.

WORLD SKILLS RUSSIA

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. In the top right corner, there is a circular punch hole, suggesting the paper is designed to be part of a binder or folder. The paper appears slightly aged or off-white.

Образец комплекта оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю ПМ 01 «Предоставление турагентских услуг» в рамках программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности СПО 43.02.10 Туризм.



ГБПОУ МО «Серпуховский колледж»

Утверждаю

Федорова Т. В.

ФИО руководителя ОУ

подпись

Комплект оценочных средств
для проведения промежуточной аттестации
по профессиональному модулю ПМ 01
«Предоставление турагентских услуг»
в рамках программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по
специальности СПО **43.02.10 Туризм**
(углубленная подготовка)

г. Серпухов, 2018



Разработчики:

ГБПОУ МО «Серпуховский колледж»,
Зам. директора по УР **И. А. Залюбовская**,
преподаватель **Закатина И. В.**

Согласовано:

Эксперты от работодателя¹:

Турфирма «Визит-тур», Генеральный директор _____ Голубенкова О.В.
(место работы) (занимаемая должность) (инициалы, фамилия)

¹ Рекомендуется согласовать комплект контрольно-оценочных средств с представителями профессионального сообщества (работников и или специалистов по профилю получаемого образования, руководителей организаций отрасли, профессиональных экспертов и др.) и приложить документы, подтверждающие факт согласования

I. Паспорт комплекта оценочных средств

1. Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств предназначен для оценки результатов освоения профессионального модуля «Предоставление турагентских услуг»

Таблица 1²

Результаты освоения ³ (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии ⁴				Тип задания; № задания ⁵	Форма аттестации и (в соответствии с учебным планом)
	Основные показатели оценки результата Критерии оценки результата, аспект ⁶					
	Критерий оценки	О/Ж	Аспект	Макс. балл		
ПК1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации. ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах. ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	1-1. Подбор пакетного тура в соответствии с заказом клиента	О	Предоставление информации о действующем туроператоре, формирующем заданное направление	0,8	Задание практическое	Экзамен (квалификационный)
		О	Предоставление информации о страховании	0,3		
		О	Предоставление информации о цели поездки	0,1		
		О	Предоставление информации о сроках поездки	0,5		
		О	Предоставление информации о визовом обслуживании	0,3		
		О	Предоставление информации о продолжительности поездки	0,2		
		О	Предоставление информации о составе и возрасте туристов	0,5		
		О	Предоставление информации о средстве размещения	1,0		
		О	Предоставление информации о типе питания	0,3		
		О	Предоставление информации о переездах по маршруту	0,5		
		О	Предоставление информации о трансфере	0,3		
		О	Предоставление информации о ценовой категории	0,5		

² Правила заполнения таблицы см. в разъяснениях по разработке КОС

³ Указываются коды и наименования результатов обучения в соответствии с программой учебной дисциплины (знания, умения) или профессионального модуля (общие, профессиональные компетенции, умения, знания, практический опыт). Подробнее см. разъяснения по разработке КОС

⁴ Критерии указываются для того, чтобы впоследствии эксперты могли дать ответ в экспертном листе, используя дуальную систему: «выполнил – не выполнил»; «да-нет» и т.п. Чаще всего помимо показателей требуются критерии при разработке оценочных средств по программам СПО.

⁵ № задания указывается, если предусмотрен.

⁶ Критерии указываются для того, чтобы впоследствии эксперты могли дать ответ в экспертном листе, используя дуальную систему: «выполнил – не выполнил»; «да-нет» и т.п. Чаще всего помимо показателей требуются критерии при разработке оценочных средств по программам СПО.

		О	Предоставление памятки туристу о поездке в соответствии с заданием	0,7
	Всего			6,0
А 1-2. Оформление коммерческого предложения на поездку	Информация о стране пребывания	О	Информация о стране пребывания	0,5
		О	Информация о достопримечательностях, экскурсиях, досуге	0,5
		О	Характеристика средств размещения	0,5
		О	Указание даты вылета и продолжительности поездки (количество дней и ночей)	0,5
		О	Указание общей стоимости	0,5
		О	Умение предоставить информацию с использованием открытых актуальных источников (не менее двух)	0,5
	Всего			3,0
	А 1-3 Заполнение договора между турагентом и клиентом	О	Оформление преамбулы договора и раздела «реквизиты»	1,0
		О	Сведения о туроператоре	0,5
		О	Цена продажи туристского продукта	0,3
		О	Ф.И.О. клиента, паспортные данные	0,3
		О	Потребительские свойства туристского продукта: Продолжительность тура (даты, количество ночей)	0,3
		О	Маршрут путешествия (страна, город основного времени пребывания)	0,3
		О	ФИО, паспортные данные и дата рождения представителей клиента	0,5
		О	Визовые формальности	0,3
		О	Вид транспорта, перевозчик, уровень сервиса, маршрут, дата выезда	0,3
		О	Размещение в гостинице (название гостиницы, адрес, дата заезда, количество человек, телефон, питание, тип номера)	0,3
		О	Услуги, доп. услуги	0,3
		О	Вид трансфера	0,3
		О	Страхование (тип страховки, дата действия)	0,3
	Всего			5,0
А 1-4 Составление калькуляции		О	Предоставление калькуляции по запросу туриста	0,4
		О	Правильность расчёта итоговой стоимости турпродукта	0,2

	стоимости туристского продукта	О	Умение использовать механизм конвертации валют	0,2
		О	Расчет прибыли турагентства в соответствии с базовой комиссией туроператора	0,2
	Всего			1,0
А-Ж 1-5 Качество постановки вопросов клиенту по заявке. Соответствие нормам деловой переписки (делового общения)		Ж	Вопросы отсутствуют.	0
		Ж	Непоследовательность в вопросах, вопросы дублируют информацию по заявке, неконкретные короткие вопросы. Тон невежлив, не соблюдены базовые правила делового общения (деловой переписки)	1
		Ж	В вопросах присутствует обращение к клиенту, контакт установлен, но отсутствует логика в постановке вопросов, вежливый тон, уточнены отсутствующие детали в заявке, произошло выяснение потребностей клиента в целом.	2
		Ж	Установление контакта, профессиональная грамотность и корректность в постановке вопросов, акцентированность вопросов на требованиях и пожеланиях клиента, уточнение всех отсутствующих деталей в заявке	3
	Всего			1,0
А-Ж 1-6 Качество презентации и программы обслуживания по пакетному туру		Ж	Программа обслуживания по пакетному туру не представлена	0
		Ж	Презентация программы обслуживания по пакетному туру не достаточно убедительна по содержанию, выполнена на невысоком содержательном и техническом уровне и не в полном объеме соответствует заказу клиента	1
		Ж	Презентация программы обслуживания по пакетному туру убедительна по содержанию, выполнена на высоком техническом уровне, но не в полном объеме соответствует заказу клиента	2
		Ж	Презентация программы обслуживания по пакетному туру убедительна по содержанию, оптимальна по форме подачи, полностью соответствует заказу клиента	3
	Всего			1,0
А-Ж 1-7 Оценка продуктивности использования выделенного времени		Ж	Выделенное время для презентации программы обслуживания по пакетному туру не использовано;	0
		Ж	Выделенное время для презентации программы обслуживания по пакетному туру использовано с низкой эффективностью, частично, не уложились в отведенное время;	1
		Ж	Команда уложились в отведенное на выступление время, но использовала его не полностью (закончили раньше на 20% времени и больше);	2
		Ж	Выделенное время для презентации программы обслуживания по пакетному туру использовано с максимальной продуктивностью	3

	Всего			0,5		
	А-Ж 1-8 Культура речи, смысловое единство и логика выступления	Ж	Отсутствие культуры речи, смыслового единства и логики выступления.	0		
		Ж	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь смыслового единства и логики, речь частично отвечает задачам и целям деловой презентации, присутствуют речевые и стилистические ошибки. Не используются специальные термины и понятия.	1		
		Ж	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу, соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.	2		
		Ж	Высокий уровень культуры речи, выступление имеет единый стиль, смысл, логику. Полностью соблюдаются этико-речевые нормы.	3		
	Всего			0,5		
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	- заключение договора по реализации турпродукта на взаимовыгодных условиях; -точность выполнения поручений руководителя специалиста более высокой квалификации по установлению контактов с туроператором с целью реализации и продвижения турпродукта; -соблюдение речевого этикета и культуры поведения во время ведения переговоров (написания письма, телефонного или видео звонка);				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы и др.) ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	- правильность оформления турпакета и документов строгой отчетности в соответствии с установленными требованиями и ГОСТам. -точность и своевременность оформления туристской документации в соответствии с законодательными актами сферы туризма.				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	- соответствие собранного пакета документов требованиям консульств разных стран.				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей профессии; - активное участие в мероприятиях профессиональной направленности; - положительная динамика результатов обучения; - представление положительной характеристики с производственной практики				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	- правильность решение стандартных и нестандартных профессиональных задач				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий	- правильность постановки целей и выбора метода мотивации подчиненных - правильность выбора вида контроля - демонстрация собственной деятельности в роли руководителя команды; - правильность поведения в роли руководителя				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	- правильность определения задач при выполнении самостоятельной работы; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования; - планирование студентами повышение личностного и профессионального развития (карьеры) - организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - наличие плана самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;				Представление портфолио	Экзамен (квалификационный)

	- участие в семинарах, конференциях по вопросам инноваций в области профессиональной деятельности;		
	- организация самообучения в области новых технологий в профессиональной деятельности - активное изучение специальной литературы в области профессиональной деятельности;		

2. Комплект оценочных средств⁷

2.1. Задания для проведения экзамена

ЗАДАНИЕ (практическое)

Вариант 1.

Обучающимся озвучивается для анализа на рабочих местах специально подготовленная ситуация, в которой представлен запрос клиента на пакетный тур по определённым критериям. В соответствии с заданными критериями определяется действующий туроператор, формирующий данное направление, оформляется коммерческое предложение на поездку в соответствии с заявкой (указывается информация о стране пребывания, о достопримечательностях, экскурсиях, досуге, предлагаются варианты отелей, услуги, типы номеров, система питания, указываются даты вылета и продолжительность поездки, общая стоимость тура, предоставляется информация с использованием открытых актуальных источников).

Обучающиеся оформляют и сдают преподавателям-экспертам: заполненный договор о реализации турпродукта между турагентом и клиентом; памятку туристу в соответствии с поездкой по указанному направлению; оформленное коммерческое предложение туристу.

Обучающиеся определяют себестоимость и рассчитывают стоимость туристского продукта и прибыль агентства в соответствии с базовой комиссией туроператора. Расчеты производятся в рублях РФ. Расчеты предоставляются преподавателям-экспертам.

Обучающиеся в соответствии с заданными параметрами оформляют программу обслуживания тура и представляют ее преподавателям-экспертам. Обучающимся в ходе работы над запросом клиента предоставляется возможность в течении ограниченного времени обратиться к клиенту и задать уточняющие вопросы в устной форме.

Обучающиеся готовят презентацию своего продукта, демонстрируя навыки работы в PowerPoint, качество (культура речи, содержательность, достоверность и т.д.) устного представления программы обслуживания тура, умение продуктивно использовать выделенное время для презентации.

Текст задания:

Добрый день. Мы в прошлом году ездили от Вашей компании отдыхать. Нас все устроило. В этот раз хотели бы на таком же уровне съездить в Болгарию. Даты с 24.03.2018 – 03.04.2018, экскурсии приветствуются, активная семья, подальше от дорог и транспорта, но с хорошим сервисом. Хотели бы попробовать болгарскую кухню. Хотелось бы покататься на лыжах, но без экстрима.

Подберите, пожалуйста, тур для молодой семейной пары в Болгарию в пределах 150.000 рублей.

Имитационно-ролевая игра «В турфирме».

Роли: турист – преподаватели или эксперты, турагент – обучающийся.

Условия выполнения задания⁸

1. Место (время) выполнения задания: в учебной мастерской - специализированный центр компетенции Туризм.

⁷ Заполняется пункт (пункты), соответствующие результатам (объектам) и типам аттестации, указанным в разделе 1. Остальные удаляются.

⁸ Для заданий, используемых в ходе аттестаций по учебной дисциплине или МДК, это требование факультативно. Требования прописываются только, если условия действительно влияют содержание и качество выполнения задания.

2. Максимальное время выполнения задания: 1 час 30 мин.
3. Вы можете воспользоваться ПК с доступом в интернет.

2.2. Подготовка и представление портфолио

Тип портфолио: портфолио смешанного типа

Основные требования

Требования к оформлению портфолио: текст документов должен быть набран на компьютере на одной стороне листа, документы должны содержать реквизиты, соответствующие виду документа. Документы строгой отчетности должны быть оформлены в соответствии с установленными требованиями и ГОСТами.

Требования к презентации и защите портфолио: презентация и защита не предусмотрены

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА					
Задание практическое №1					
Результаты освоения (объекты оценки)	Критерии оценки результата (в соответствии с разделом 1 «Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств)				Отметка о выполнении
	Критерий оценки	О/З	Аспект	Макс. балл	
ПК1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку	1-1. Подбор пакетного тура в соответствии с заказом клиента	О	Предоставление информации о действующем туроператоре, формирующем заданное направление	0,8	
			Предоставление информации о страховании	0,3	
			Предоставление информации о цели поездки	0,1	
			Предоставление информации о сроках поездки	0,5	
			Предоставление информации о визовом обслуживании	0,3	
			Предоставление информации о продолжительности поездки	0,2	
			Предоставление информации о составе и возрасте туристов	0,5	
			Предоставление информации о средстве размещения	1,0	
			Предоставление информации о типе питания	0,3	
			Предоставление информации о переездах по маршруту	0,5	

информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями		О	Предоставление информации о трансфере	0,3
		О	Предоставление информации о ценовой категории	0,5
		О	Предоставление памятки туристу о поездке в соответствии с заданием	0,7
	Всего			6,0
	1-2. Оформление коммерческого предложения на поездку	О	Информация о стране пребывания	0,5
		О	Информация о достопримечательностях, экскурсиях, досуге	0,5
		О	Характеристика средств размещения	0,5
		О	Указание даты вылета и продолжительности поездки (количество дней и ночей)	0,5
		О	Указание общей стоимости	0,5
		О	Умение предоставить информацию с использованием открытых актуальных источников (не менее двух)	0,5
	Всего			3,0
	1-3 Заполнение договора между турагентом и клиентом	О	Оформление преамбулы договора и раздела «реквизиты»	1,0
		О	Сведения о туроператоре	0,5
		О	Цена продажи туристского продукта	0,3
		О	Ф.И.О. клиента, паспортные данные	0,3
		О	Потребительские свойства туристского продукта: Продолжительность тура (даты, количество ночей)	0,3
		О	Маршрут путешествия (страна, город основного времени пребывания)	0,3
		О	ФИО, паспортные данные и дата рождения представителей клиента	0,5
		О	Визовые формальности	0,3
		О	Вид транспорта, перевозчик, уровень сервиса, маршрут, дата выезда	0,3
		О	Размещение в гостинице (название гостиницы, адрес, дата заезда,	0,3

			количество человек, телефон, питание, тип номера)	
		О	Услуги, доп. услуги	0,3
		О	Вид трансфера	0,3
		О	Страхование (тип страховки, дата действия)	0,3
	Всего			5,0
	1-4 Составление калькуляции стоимости туристского продукта	О	Предоставление калькуляции по запросу туриста	0,4
		О	Правильность расчёта итоговой стоимости турпродукта	0,2
		О	Умение использовать механизм конвертации валют	0,2
		О	Расчет прибыли турагентства в соответствии с базовой комиссией туроператора	0,2
	Всего			1,0
	J 1-5 Качество постановки вопросов клиенту по заявке. Соответствие нормам деловой переписки (делового общения)	J	Вопросы отсутствуют.	0
		J	Непоследовательность в вопросах, вопросы дублируют информацию по заявке, неконкретные короткие вопросы. Тон невежлив, не соблюдены базовые правила делового общения (деловой переписки)	1
		J	В вопросах присутствует обращение к клиенту, контакт установлен, но отсутствует логика в постановке вопросов, вежливый тон, уточнены отсутствующие детали в заявке, произошло выяснение потребностей клиента в целом.	2
		J	Установление контакта, профессиональная грамотность и корректность в постановке вопросов, акцентированность вопросов на требованиях и пожеланиях клиента, уточнение всех отсутствующих деталей в заявке	3
	Всего			1,0
	J 1-6 Качество презентации	J	Программа обслуживания по пакетному туру не представлена	0

	программы обслуживания по пакетному туру	J	Презентация программы обслуживания по пакетному туру не достаточно убедительна по содержанию, выполнена на невысоком содержательном и техническом уровне и не в полном объеме соответствует заказу клиента	1
		J	Презентация программы обслуживания по пакетному туру убедительна по содержанию, выполнена на высоком техническом уровне, но не в полном объеме соответствует заказу клиента	2
		J	Презентация программы обслуживания по пакетному туру убедительна по содержанию, оптимальна по форме подачи, полностью соответствует заказу клиента	3
	Всего			1,0
	J 1-7 Оценка продуктивности использования выделенного времени	J	Выделенное время для презентации программы обслуживания по пакетному туру не использовано;	0
		J	Выделенное время для презентации программы обслуживания по пакетному туру использовано с низкой эффективностью, частично, не уложились в отведенное время;	1
		J	Команда уложились в отведенное на выступление время, но использовала его не полностью (закончили раньше на 20% времени и больше);	2
		J	Выделенное время для презентации программы обслуживания по пакетному туру использовано с максимальной продуктивностью	3
	Всего			0,5

	У 1-8	У	Отсутствие культуры речи, смыслового единства и логики выступления.	0	
	Культура речи, смысловое единство и логика выступления	У	В выступлении частично прослеживается взаимосвязь смыслового единства и логики, речь частично отвечает задачам и целям деловой презентации, присутствуют речевые и стилистические ошибки. Не используются специальные термины и понятия.	1	
		У	Выступление в целом логично, но не в полном объеме структурировано по смыслу, соблюдены базовые этико-речевые нормы. Грамотно и уместно используются специальные термины, понятия, географические названия.	2	
		У	Высокий уровень культуры речи, выступление имеет единый стиль, смысл, логику. Полностью соблюдаются этико-речевые нормы.	3	
	Всего			0,5	

Условия выполнения заданий

Время выполнения задания мин./час. (если оно нормируется) – 1 час30 минут

Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности \

Оборудование: персональным компьютером, принтером, техническими средствами

Литература для экзаменуемых (справочная, методическая и др.):

- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности», ФЗ-132 от 24.11.96 с изменениями и дополнениями.

- www.russiatourism.ru - официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

- www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии

2.4. Пакет экзаменатора⁹

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА		
Задание _____ представление портфолио		
Результаты освоения (объекты оценки)	Критерии оценки результата (в соответствии с разделом 1 «Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств)	Отметка о выполнении
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	- заключение договора по реализации турпродукта на взаимовыгодных условиях; -точность выполнения поручений руководителя специалиста более высокой квалификации по установлению контактов с туроператором с целью реализации и продвижения турпродукта; -соблюдение речевого этикета и культуры поведения во время ведения переговоров (написания письма, телефонного или видео звонка);	
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы и др.) ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	- правильность оформления турпакета и документов строгой отчетности в соответствии с установленными требованиями и ГОСТам. -точность и своевременность оформления туристкой документации в соответствии с законодательными актами сферы туризма.	
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	-правильность информирования потребителей о необходимых документах для оформления визы в соответствии с требованиями консульств разных стран; - соответствие собранного пакета документов требованиям консульств разных стран.	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- активное участие в мероприятиях профессиональной направленности; -положительная динамика результатов обучения; -положительные характеристики с производственной практики.	
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	-правильность решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».	
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий	- правильность постановки целей и выбора метода мотивации подчиненных - правильность выбора вида контроля - правильность поведения в роли руководителя	

⁹ Пакет экзаменатора может быть сформирован как по всем заданиям (если оценивание проводится единовременно и / или объем заданий невелик), так и по каждому заданию (если оценивание рассредоточено во времени и проводится по накопительной системе и / или объем заданий велик). Приведен макет для одного задания.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	-правильность определение задач при выполнении самостоятельной работы, - наличие плана развития карьеры, -наличие плана самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля, - участие в семинарах, конференциях по вопросам инноваций в области профессиональной деятельности, - активное изучение специальной литературы в области профессиональной деятельности;	
--	--	--

Условия выполнения заданий **(не предусмотрено)**

Время выполнения задания мин./час. *(если оно нормируется)* не нормируется

Требования охраны труда: _____

инструктаж по технике безопасности, спецодежда, наличие инструктора и др.

Оборудование: _____

Литература для экзаменуемых (справочная, методическая и др.)

- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности», ФЗ-132 от 24.11.96 с изменениями и дополнениями.

- Любавина Н.Л., Кроленко Л.А., Нечаева Т.А. Технология и организация турагентской деятельности.- Учебник. М.: "Академия", 2014.

- Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности[Текст]: учебное пособие / Косолапов Александр Борисович ; Рец. Н.П. Плоткина. - 3-е изд.,стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 280с.

- www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии

- www.tourdom.ru –профессиональный туристический портал

- www.turprofi.ru - портал для турагента

- www.russiatourism.ru

- официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Результаты перевода баллов в оценку

Максимальный балл	Модуль не освоен «2»	Модуль освоен с оценкой «3»	Модуль освоен с оценкой «4»	Модуль освоен с оценкой «5»
Сумма максимальных баллов, набранных на экзамене квалификационном	0-3,69	3.7-9,99	10—15,29	15,3-18
Оценка портфолио	в портфолио представле- ны все документы, имеются значительные нарушения в оформление	в портфолио представлены все документы, имеются незначительные нарушения в оформление	в портфолио представлены все документы, оформленные в соответствии с установленными требованиями	в портфолио представлены все документы, оформленные в соответствии с установленными требованиями

Задания по модулю 3. Содержание профессиональных модулей

основной профессиональной образовательной программы и методика преподавания профессиональных модулей с учетом стандарта Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм»

1. Провести сравнительный анализ содержательных единиц профессионального стандарта Экскурсовод (Гид), ФГОС СПО по ПМ 05. Предоставление экскурсионных услуг и технического описания WS по компетенции Туризм по модулю D1 Разработка и обоснование нового туристского маршрута. Данные представить в таблице 1.

Таблице 1.

Сравнительный анализ содержательных единиц профессионального стандарта, ФГОС СПО и технического описания профессиональной компетенции WS

код/наименование обобщенной трудовой функции	Уровень	наименование трудовой функции	Характеристика трудовой функции	ФГОС	Стандарт WorldSkills
			Трудовые действия		
			Необходимые умения		
			Необходимые знания		

2. Разработать комплект оценочных средств по профессиональному модулю ПМ 03 Предоставление Туроператорских услуг.
3. Разработать комплект оценочных средств по профессиональному модулю ПМ 05 Предоставление экскурсионных услуг.

4. Модуль 4. Организация и проведение демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия. Оценка квалификации студента (выпускника) в ходе демонстрационного экзамена.

4.1 Организация и проведение демонстрационного экзамена по компетенции «Туризм» Ворлдскиллс Россия.

1. Организационный этап

1.1. Определение перечня компетенций, площадок проведения и формирование графика проведения демонстрационного экзамена в субъектах РФ.

1.2. Формирование экспертной группы,

организация и обеспечение деятельности Экспертной группы.

1.3. Разработка регламентирующих документов

За 6 месяцев до проведения демонстрационного экзамена Союз «Ворлдскиллс Россия» должен обеспечить разработку заданий экзамена, критериев оценки и инфраструктурных листов по всем компетенциям и опубликовать их в специальном разделе на официальном сайте www.worldskills.ru.

1.4. Регистрация участников экзамена, информирование о сроках и порядке проведения демонстрационного экзамена

1.5. Подготовка площадки проведения экзамена и установка оборудования

После уточнения количества участников экзамена по компетенциям, Главным экспертом разрабатывается и утверждается схема расстановки и комплектования рабочих мест на каждую площадку.

Ответственность за обеспечение площадок оптимальными средствами и необходимой инфраструктурой для проведения демонстрационного экзамена по каждой компетенции в соответствии с техническими описаниями и инфраструктурными листами несет ЦПДЭ.

За 2 дня до начала экзамена Главным экспертом проводится контрольная проверка площадки на предмет соответствия всем требованиям, фиксируется факт наличия необходимого оборудования.

2. Проведение демонстрационного экзамена

2.1. Подготовительный этап

За 1 день до начала экзамена Экспертной группой производится дооснащение площадки (при необходимости) и настройка оборудования.

В указанный день осуществляется распределение рабочих мест участников на площадке в соответствии с жеребьевкой. Жеребьевка проводится в присутствии всех участников способом, исключающим спланированное распределение рабочих мест или оборудования. Итоги жеребьевки фиксируются отдельным документом.

Инструктаж по охране труда и технике безопасности (далее – ОТ и ТБ) для участников и членов Экспертной группы проводится Техническим экспертом под роспись.

После распределения рабочих мест и прохождения инструктажа по ОТ и ТБ участникам предоставляется время не более 2 часов на подготовку рабочих мест, а также на проверку и подготовку инструментов и материалов, ознакомление с оборудованием и его тестирование.

Участники должны ознакомиться с подробной информацией о регламенте проведения экзамена с обозначением обеденных перерывов и времени завершения экзаменационных заданий/модулей, ограничениях времени и условий допуска к рабочим местам, включая условия, разрешающие участникам покинуть рабочие места и площадку, информацию о времени и способе проверки оборудования, информацию о пунктах и графике питания, оказании медицинской помощи, о характере и диапазоне санкций, которые могут последовать в случае нарушения регламента проведения экзамена.

Также участники экзамена должны быть проинформированы о том, что они отвечают за безопасное использование всех инструментов, оборудования, вспомогательных материалов, которые они используют на площадке в соответствии с правилами техники безопасности.

2.2. Правила и нормы техники безопасности

Все лица, находящиеся на площадке проведения экзамена должны неукоснительно соблюдать Правила и нормы ОТ и ТБ.

Документация по ОТ и ТБ разрабатывается и утверждается ЦПДЭ и должна включать в себя подробную информацию по испытаниям и допуску к работе на электрических ручных инструментах. Полная документация по ОТ и ТБ размещается на официальном сайте ЦПДЭ за 1 месяц до начала экзамена.

2.3. Проведение основных мероприятий демонстрационного экзамена. Правила поведения во время экзамена, права и обязанности участников и членов Экспертной группы

Участник при сдаче демонстрационного экзамена должен иметь при себе паспорт и полис ОМС.

Перед началом экзамена членами Экспертной группы производится проверка на предмет обнаружения материалов, инструментов или оборудования, запрещенного в соответствии с техническим описанием, включая содержимое инструментальных ящиков.

Каждому участнику предоставляется время на ознакомление с экзаменационным заданием, письменные инструкции по заданию, а также разъяснения правил поведения и Кодекса этики движения «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) во время демонстрационного экзамена.

Экзаменационные задания выдаются участникам непосредственно перед началом экзамена. На изучение материалов и дополнительные вопросы выделяется время, которое не включается в общее время проведения экзамена. Если задание состоит из модулей, то члены Экспертной группы обязаны выдавать участникам задание перед началом каждого модуля или действовать согласно техническому описанию. Минимальное время, отводимое в данном случае (модульная работа) на ознакомление с информацией, составляет 15 минут,

которые не входят в общее время проведения экзамена. Ознакомление происходит перед началом каждого модуля.

К выполнению экзаменационных заданий участники приступают после указания Главного эксперта.

В ходе проведения экзамена участникам запрещаются контакты с другими участниками или членами Экспертной группы без разрешения Главного эксперта. В случае возникновения несчастного случая или болезни участника, об этом немедленно уведомляется Главный эксперт, которым, при необходимости, принимается решение о назначении дополнительного времени для участника. В случае отстранения участника от дальнейшего участия в экзамене ввиду болезни или несчастного случая, ему начисляются баллы за любую завершённую работу. При этом, ЦПДЭ должны быть предприняты все меры к тому, чтобы способствовать возвращению участника к процедуре сдачи экзамена и к компенсированию потерянного времени. Вышеуказанные случаи подлежат обязательной регистрации в установленном порядке.

Все вопросы по участникам, обвиняемым в нечестном поведении или чье поведение мешает процедуре проведения экзамена, передаются Главному эксперту и рассматриваются Экспертной группой с привлечением председателя апелляционной комиссии образовательной организации, которую представляет участник. Решения по применению взысканий к указанным участникам основываются на международных правилах проведения соревнований ISSUE & DISPUT RESOLUTION.

2.4. Оценка экзаменационных заданий

Выполненные экзаменационные задания оцениваются в соответствии со схемой начисления баллов, разработанными на основании характеристик компетенций, определяемых техническим описанием. Все баллы и оценки регистрируются в системе CIS.

Члены Экспертной группы при оценке выполнения экзаменационных заданий обязаны демонстрировать необходимый уровень профессионализма, честности и беспристрастности, соблюдать требования регламента проведения демонстрационного экзамена и Кодекса этики движения «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia).

Одно из главных требований при выполнении оценки заданий демонстрационного экзамена – это обеспечение отсутствия преимуществ у кого-либо из участников экзамена. В связи с этим, порядок работы Экспертной группы должен быть организован так, чтобы не допустить к оценке работы студента или выпускника эксперта, который принимал непосредственное участие в его подготовке или представляет одну с ним образовательную организацию.

3. Оформление результатов экзамена. Итоговое заседание Экспертной группы

Оформление результатов экзамена осуществляется в соответствии с порядком, принятым при проведении региональных чемпионатов «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia).

Баллы и/или оценки, выставленные членами Экспертной группы, переносятся из рукописных оценочных ведомостей в систему CIS по мере осуществления

процедуры оценки. После выставления оценок и/или баллов во все оценочные ведомости, запись о выставленных оценках в системе CIS блокируется.

После всех оценочных процедур, проводится итоговое заседание Экспертной группы, во время которого осуществляется сверка распечатанных результатов с рукописными оценочными ведомостями. В случае выявления несоответствия или других ошибок, требующих исправления оценки, каждым членом Экспертной группы по рассматриваемому аспекту заверяется форма

приема оценки, тем самым обозначается согласие с внесением исправления.

Принятая членами Экспертной группы форма приема оценки утверждается Главным экспертом, после чего система CIS блокируется по данной части завершенной оценки. По окончании данной процедуры дальнейшие или новые возражения по утвержденным оценкам не принимаются.

Результатом работы Экспертной комиссии является итоговый протокол заседания Экспертной комиссии, в котором указывается общий перечень участников, сумма баллов по каждому участнику за выполненное задание экзамена, все необходимые бланки и формы формируются через систему CIS.

6. Результаты демонстрационного экзамена

Формирование итогового документа о результатах выполнения экзаменационных заданий по каждому участнику выполняется автоматизировано с использованием систем CIS и eSim.

7. Обеспечение информационной открытости и публичности проведения демонстрационного экзамена

В целях обеспечения информационной открытости и публичности при проведении демонстрационного экзамена рекомендуется организовать свободный доступ зрителей для наблюдения за ходом проведения экзамена с учетом соблюдения всех норм техники безопасности, а также правил проведения демонстрационного экзамена.

А также использовать ресурсы, позволяющие организовать видеотрансляции в режиме онлайн на площадках демонстрационного экзамена, в том числе «Facebook Live» и др. сервисы с возможностью обратной связи с аудиторией и др. полезными опциями.

8. Аудит

С целью выявления успешных практик проведения демонстрационных экзаменов и сопутствующих мероприятий, экспертным сообществом Ворлдскиллс Россия в лице сертифицированных экспертов Ворлдскиллс и должностными лицами Союза «Ворлдскиллс Россия» может проводиться аудит экзаменов.

Задание по модулю 4. Организация и проведение демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия. Оценка квалификации студента (выпускника) в ходе демонстрационного экзамена.

1. Что такое компетенция в терминах WS Россия?
 - А. Это уровень профессиональных навыков конкурсанта.
 - В. Это набор знаний и навыков в определенной профессиональной области
 - С. Это название площадки на чемпионате
2. Демонстрационный экзамен по стандартам WS – это...

- А. Форма оценки профессиональных навыков
- В. Повышение профессионального уровня преподавателей
- С. Определение уровня владения теоретическими знаниями
- 3. Демонстрационный экзамен проводится по оценочным документам и заданиям на основе
 - А. Комплекты оценочной документации по компетенциям
 - В. Worldskills Standards Specification (WSSS)
- С. Методика организации и проведения демонстрационного экзамена по стандартам Worldskills
- 4. Центр проведения демонстрационного экзамена по стандартам Worldskills – это...
 - А. Компания партнер Worldskills Russia с материально-технической базой
 - В. Площадка для проведения демонстрационного экзамена с материально-техническим оснащением, которое соответствует требованиям Союза
 - С. Все учреждения СПО
- 5. Конкурсное задание-это...
 - А. Документ или набор документов, который описывает задачи, стоящие перед конкурсантом
 - В. Задача (Задачи) на все дни чемпионата, стоящая перед конкурсантом, которая может быть донесена до него любым из способов устно или письменно
 - С. Задание, описанное в разделе 5 Технического описания и разработанное специально для данной компетенции данного чемпионата
- 6. Критерии оценки это...
 - А. Набор аспектов, по которым оценивается работа конкурсанта
 - В. Перечень в разделе WorldSkills Standart Specification (раздел знаний и навыков)
 - С. Файл для загрузки системы CIS
- 7. Какие бывают аспекты?
 - А. субъективные
 - В. объективные (или измеримые)
 - С. общие
 - Д. судебские
- 8. Судейский аспект-это...
 - А. аспект, который может быть точно определен – выполнен он или нет
 - В. аспект, выполнение которого определяется по субъективному мнению экспертов группы оценки
 - С. аспект, вес которого в баллах определяется мнением судей
- 9. По какой шкале оцениваются СУБЪЕКТИВНЫЕ аспекты?
 - А. от 0 до 3
 - В. от 0 до 10
 - С. от 1 до 10
- 10. Инфраструктурный лист-это...
 - А. Документ, в котором отражены все позиции, которые будут предоставлены конкурсантам на площадке чемпионата
 - В. список всего необходимого оборудования, инструментов, расходных материалов, офисного оснащения и принадлежностей
 - С. план застройки конкурсной площадки
- 11. “Тулбокс” может быть...
 - А. Определенным
 - В. универсальным

С. нулевым

12. План застройки - это...

- A. Список абсолютно всех позиций, которые будут предоставлены организаторами на площадке чемпионата
- B. Схема с изображением позиций из инфраструктурного листа
- C. Часть в техническом описании компетенции

13. Что такое Skill Management Plan (SMP)

- A. План работы на площадке компетенции, в котором указывается функционал каждого для работы площадки
- B. План застройки площадки
- C. План развития навыков конкурсантов

5. Работа CIS

Система CIS (Competition Information System) – это специализированное программное обеспечение для обработки информации на соревнованиях.

При проведении официальных чемпионатов по стандартам WorldSkills использование CIS обязательно.

eSim – электронная система интернет мониторинга.

Адрес: esim.worldskills.ru

Доступ к системе предоставляется Союзом «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» по официальному запросу от организатора чемпионата.

Практическая работа № 1

«Работа в CIS при проведении чемпионата»

1. Заходим в тестовый чемпионат по ссылке: <http://cis.worldskills.ru>, выбираем «тестовые» и «Тестовый чемпионат CIS». Проходим авторизацию, введя логин от 1 до 50 и пароль 1234. Логин выберите по номеру варианта.

Прямая ссылка: https://cis.worldskills.ru:8150/tctest_2018/

2. Создаем новую компетенцию. Competition - Skills & Skill Rules.

Указываем:

Skill Number – номер компетенции «R9»;

Name – название компетенции «Туризм ФАМИЛИЯ - 1»;

Assessment Type – тип применяемых оценок «Объективные и субъективные», если выбрано «Объективные и субъективные», то появляется Subjective Marking Rule Group to be used – «5 экспертов».

Параметры: Generate 500 scale marks and medals оставляем отмеченным; Competitors are organised in groups/teams – командные соревнования (для Туризма отмечаем).

Сохраняем, нажав «Save».

Просмотреть, созданную компетенцию можно в списке «Select Skills».

3. Заполняем данные из спецификации стандарта (смотреть в Техническом описании – образец в приложении). Competition - [WS Standards Specification](#).

Выбираем в списке «Select Skill» свою компетенцию.

Для добавления строки нажимаем на кнопку «Add».

Заполняем данные из технического описания.

4. Работаем с критериями оценок. Competition - Assessment Criteria. Ручной ввод.

Берем данные из критериев оценок: указываем наименование критерия, субкритерий и аспекты.

Все изменения сохраняем кнопкой «Save».

Всегда можно выгрузить критерии оценки из системы System - Export Data.

Выбираем Marking Scheme, выбираем свою компетенцию. Нажимаем Export.

5. Для проверки введенных, но еще не заблокированных критериев оценки переходим в Competition - [Marking Forms](#). Форма «Markings forms with aspects», обязательно выбрать свою компетенцию, можно настроить и другие параметры.

6. Блокировка схемы оценок. Идем в пункт меню Competition - Skills & Skill Rules. Выбираем свою компетенцию. Отмечаем параметр Prevent further editing of marking scheme – блокировка оценок.

Далее можно вернуться к пункту 5, посмотреть критерии оценок.

7. Работаем с данными участников, экспертов. Пункт меню Personnel - [Add Person](#) – добавление нового участника/эксперта/главного эксперта.

Вводим данные (3 экспертов, 6 участников, 1 главный эксперт).

В пункте «Positions» ОБЯЗАТЕЛЬНО указывает статус человека и Вашу компетенцию и ОБЯЗАТЕЛЬНО нажимаем Add.

После ввода данные «Save».

На любом этапе ввода людей, можно посмотреть уже введенных через: Personnel - [Person Search](#). Нужно выбрать Вашу компетенцию (Skill) и нажать Find. Если кого-то хотите отредактировать нажмите на него.

8. Формируем команды (для командных соревнований, как для Туризма). Ранее мы отметили данный пункт, когда создавали компетенцию. Personnel - Manage Teams. Выбираем Вашу компетенцию. И путем перетаскивания участников, объединяем их в команды. Участников из разных регионов (или без указания региона) нельзя объединить в одну команду.

9. Так как мы заблокировали уже оценки печатаем протокол блокировки оценок (ПЕРВЫЙ ДОКУМЕНТ). Competition - [Marking Forms](#). Форма «Signoff form for Marking Scheme». Выбираем свою компетенцию. Печатаем протокол – он будет являться Вашим отчетным документом.

10. Распределение дней оценивания. Competition - Marking Days. Установите для 1 модуля 1 день, для 2 модуля – 2 день.

11. Сформируйте ведомость для ручного внесения оценок. Competition - [Marking Forms](#). Форма «Markings forms for hand-written marks». Не забывайте о необходимом количестве экземпляров

данной формы (ВТОРОЙ ДОКУМЕНТ). Распечатайте ведомость на 1 команду по 2 модулям – она будет являться Вашим отчетным документом.

12. Ввод оценок. Assessment - [Enter Marks](#). Осуществите ввод оценок.

Не забывайте о существовании объективных оценок – дискретных и бинарных. При бинарных пользуйтесь горячими клавишами.

13. После ввода оценок до их блокировки можно проверить правильность ввода. Competition - [Marking Forms](#). Форма «Markings forms with aspects and marks». С надписью, что не заблокированы.

14. Блокировка оценок. Assessment - Lock Marks. Блокируем по заданиям (субкритериям).

15. Печатаем заблокированные ведомости оценок, согласно пункту 13 (уже без надписи). (ТРЕТИЙ ДОКУМЕНТ). Распечатайте ведомость на 1 команду по 2 модулям – она будет являться Вашим отчетным документом.

16. Печатаем протокол блокировки оценок (по дням или общий – в зависимости от распределения дней). Competition - [Marking Forms](#). Форма «Signoff form for Mark Entry». (ЧЕТВЕРТЫЙ ДОКУМЕНТ). Печатаем протокол – он будет являться Вашим отчетным документом.

17. Результаты в Assessment - View Marks.

Спецификация из Технического описания

2.2 СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТОВ WorldSkills Russia

РАЗДЕЛ		ОТНОСИТЕЛЬНАЯ ВАЖНОСТЬ (%)
1	<u>Предоставление турагентских услуг</u>	22
	Участнику необходимо знать: - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; - требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; - различные виды информационных ресурсов на русском и	

Критерии оценки

А Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура 5,00		
А1 Подбор пакетного тура в соответствии с заказом клиента 3,50		
О	Предоставление информации о трансфере	0,30
О	Предоставление информации о ценовой категории	0,50
О	Предоставление памятки туристу о поездке в соответствии с заданием	0,70
S	Качество представления программы обслуживания тура	2,00
А2 Оформление коммерческого предложения на поездку 1,50		
О	Информация о стране пребывания	0,50
О	Информация о достопримечательностях, экскурсиях, досуге	0,50
О	Характеристика средств размещения	0,50
В Специальное задание		4,00
В1 Специальное задание		4,00
S	Качество постановки участниками уточняющих вопросов по заданию	2,00
S	Умения оперативно реагировать на возникающие непредвиденные обстоятельства в профессиональной деятельности	2,00

Данные участников, экспертов и главного эксперта

Skill	Position	First Name	Last Name	Member
Туризм	участник	Павел Михайлович	Меднов	Московская область
Туризм	участник	Евгений Иванович	Серегин	Московская область
Туризм	участник	Федор Михайлович	Шалагин	Республика Коми
Туризм	участник	Елена Станиславовна	Букка	Республика Коми
Туризм	участник	Анастасия Сергеевна	Леонова	Республика Тыва
Туризм	участник	Полина Алексеевна	Семенина	Республика Тыва
Туризм	эксперт	Ирина Ивановна	Некрасова	Московская область
Туризм	эксперт	Сергей Александрович	Наумов	Республика Коми
Туризм	эксперт	Денис Олегович	Рябчиков	Республика Тыва
Туризм	главный эксперт	Дмитрий Евгеньевич	Федорчен ко	Москва

Практическая работа № 2

«Работа в CIS при проведении демонстрационного экзамена»

1. Заходим в тестовый чемпионат по ссылке: <http://cis.worldskills.ru>, выбираем «тестовые» и «Тестовый чемпионат CIS». Проходим авторизацию, введя логин от 1 до 50 и пароль 1234. Логин выберите по номеру варианта.

Прямая ссылка: https://cis.worldskills.ru:8150/tctest_2018/

2. Создаем новую компетенцию. Competition - Skills & Skill Rules.

Указываем:

Skill Number – номер компетенции «R9»;

Name – название компетенции «Туризм ФАМИЛИЯ - 2»;

Assessment Type – тип применяемых оценок «Объективные и Судейские».

Параметры: Generate 500 scale marks and medals оставляем отмеченным; Competitors are organised in groups/teams – командные соревнования (для Туризма отмечаем).

Сохраняем, нажав «Save».

Просмотреть, созданную компетенцию можно в списке «Select Skills».

3. Заполняем данные из спецификации стандарта (смотреть в Техническом описании – образец в приложении). Competition - [WS Standards Specification](#).

Выбираем в списке «Select Skill» свою компетенцию.

Для добавления строки нажимаем на кнопку «Add».

Заполняем данные из технического описания.

4. Работаем с критериями оценок. Подгружаем их из специально сформированного файла Excel (заранее его подготавливаем – 2 модуля). См. образец заполнения. System - Import Data. Выбираем Marking Scheme, выбираем свою компетенцию. Нажимаем «Выбрать файл», даем на него ссылку и «Import».

Всегда можно выгрузить критерии оценки из системы System - Export Data. Выбираем Marking Scheme, выбираем свою компетенцию. Нажимаем Export. В том числе и пустой шаблон, когда ничего не загружено.

Далее Competition - Assessment Criteria. Можно проверить результат загрузки.

5. Для проверки введенных, но еще не заблокированных критериев оценки переходим в Competition - [Marking Forms](#). Форма «Markings forms with aspects», обязательно выбрать свою компетенцию, можно настроить и другие параметры.

6. Блокировка схемы оценок. Идем в пункт меню Competition - Skills & Skill Rules. Выбираем свою компетенцию. Отмечаем параметр Prevent further editing of marking scheme – блокировка оценок.

Далее можно вернуться к пункту 5, посмотреть критерии оценок.

7. Работаем с данными участников, экспертов. Пункт меню Personnel - [Add Person](#) – добавление нового участника/эксперта/главного эксперта.

Вводим данные (5 экспертов, 10 участников, 1 главный эксперт).

В пункте «Positions» ОБЯЗАТЕЛЬНО указывает статус человека и Вашу компетенцию и ОБЯЗАТЕЛЬНО нажимаем Add.

После ввода данные «Save».

На любом этапе ввода людей, можно посмотреть уже введенных через: Personnel - [Person Search](#). Нужно выбрать Вашу компетенцию (Skill) и нажать Find. Если кого-то хотите отредактировать нажмите на него.

8. Формируем команды (для командных соревнований, как для Туризма). Ранее мы отметили данный пункт, когда создавали компетенцию. Personnel - Manage Teams. Выбираем Вашу компетенцию. И путем перетаскивания участников, объединяем их в команды. Участников из разных регионов (или без указания региона) нельзя объединить в одну команду.

9. Так как мы заблокировали уже оценки печатаем протокол блокировки оценок (ПЕРВЫЙ ДОКУМЕНТ). Competition - [Marking Forms](#). Форма «Signoff form for Marking Scheme». Выбираем свою компетенцию. Печатаем протокол – он будет являться Вашим отчетным документом.

10. Распределение дней оценивания. Competition - Marking Days.

Наш демонстрационный экзамен, из-за наличия только рабочих мест для 3 команд, будет проводится в два этапа.

Команды 1, 2 и 3 сдают модули А в 1 день, модуль В во 2 день.

Команды 4 и 5 сдают модули А в 3 день, модуль В в 4 день.

Нажимаем [Edit Competitor Groups](#). Создаем группы 1 и 2 и добавляем в каждую необходимые команды.

Далее выбираем около каждого субкритерия Per Competitor Group. Нажимаем на значок рядом и распределяем дни по группам.

11. Сформируйте ведомость для ручного внесения оценок. Competition - [Marking Forms](#). Форма «Markings forms for hand-written marks». Не забывайте о необходимом количестве экземпляров данной формы (ВТОРОЙ ДОКУМЕНТ). Распечатайте ведомость на 1 команду по 2 модулям – она будет являться Вашим отчетным документом.

12. Ввод оценок. Assessment - [Enter Marks](#). Осуществите ввод оценок. Не забывайте о существовании объективных оценок – дискретных и бинарных. При бинарных пользуйтесь горячими клавишами.

13. После ввода оценок до их блокировки можно проверить правильность ввода. Competition - [Marking Forms](#). Форма «Markings forms with aspects and marks». С надписью, что не заблокированы.

14. Блокировка оценок. Assessment - Lock Marks. Блокируем по заданиям (субкритериям).

15. Печатаем заблокированные ведомости оценок, согласно пункту 13 (уже без надписи). (ТРЕТИЙ ДОКУМЕНТ). Распечатайте ведомость на 1 команду по 2 модулям – она будет являться Вашим отчетным документом.

16. Печатаем протокол блокировки оценок (по дням или общий – в зависимости от распределения дней). Competition - [Marking Forms](#). Форма «Signoff form for Mark Entry». (ЧЕТВЕРТЫЙ ДОКУМЕНТ). Печатаем протокол – он будет являться Вашим отчетным документом.

17. Результаты в Assessment - View Marks.

Спецификация из Технического описания

2.2 СПЕЦИФИКАЦИЯ СТАНДАРТОВ WorldSkills Russia

РАЗДЕЛ		ОТНОСИТЕЛЬНАЯ ВАЖНОСТЬ (%)
1	Предоставление турагентских услуг	22
	Участнику необходимо знать: - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; - требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; - различные виды информационных ресурсов на русском и	

Критерии оценки

С Разработка программы тура по заказу клиента		5,00
С1 Разработка программы тура		2,90
О	Соответствие аттракций в месте пребывания запросу клиента	0,40
О	Обоснование достоверности предоставленных данных с использованием открытых актуальных источников (не менее двух)	0,50
Ж	Качество постановки вопросов клиенту по заявке	2,00
	0-вопросы клиенту полностью отсутствуют или не соответствуют заявке 1-вопросы клиенту частично соответствуют заявке 2-вопросы клиенту в большей степени соответствуют заявке 3-четко и грамотно сформулированные вопросы соответствуют заявке в полном объеме	
С2 Расчет себестоимости турпродукта		2,10
О	Расчет транспортных расходов	0,70
О	Расчет стоимости размещения	0,70
Ж	Качество представления программы обслуживания тура	0,70
	0 - представленная программа не дает представления о туре 1 - представленная программа частично раскрывает особенности тура 2 - представленная программа в большей степени раскрывает особенности тура 3-представленная программа полностью отражает особенности тура	
D Разработка и обоснование нового туристского маршрута		3,00
D1 Конкурентное преимущество турпродукта		3,00
О	Выявление и обоснование конкурентных преимуществ туристского продукта	1,50
Ж	Оценка продуктивности использования выделенного времени	1,50
	0 - не продуктивно 1 - не уложился, показал половину 2 - уложился, показал большую часть 3 - время использовано продуктивно	

Образец заполнения файла Excel с Критериями оценки для загрузки в CIS

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1				Skill name						
2				Офисные решения для бизнеса						
3				Criteria	Mark					
4			A	Работа с базой данных	20,00					
5			B	Создание отчетов и форм в базе данных	25,00					
6			C	Работа с электронными таблицами	25,00					
7			D	Работа с текстовым редактором	20,00					
8			E	Создание презентации	10,00					
9										
10										
11	Sub Criteria ID	Sub Criteria Name or Description	Aspect Type O = Obj S = Sub J = Judg	Aspect - Description	Judg Score	Extra Aspect Description (Obj or Subj) OR Judgement Score Description (Judg only)	Requirement or Nominal Size (Obj Only)	WSSS Section	Max Mark	Criterion A
12	E1	Страхование имущества	O	Наличие иллюстраций (фигуры, WordArt, SmartArt)		Вычесть все баллы, если не выполнено			1,00	
13			O	Наличие переходов		Вычесть все баллы, если не выполнено			1,00	
14			J	Дизайн презентации					1,00	
15					0	отсутствует дизайн презентации				
16					1	есть дизайн презентации, качество приемлемо для использования				
17					2	есть дизайн презентации, качество на высоком профессиональном уровне				
18					3	шедевр, крайне редкий результат				
19			J	Презентация услуги					1,00	
20					0	отсутствует презентация услуги				
21						есть презентация услуги, качество приемлемо для				

Данные участников, экспертов и главного эксперта

Skill	Position	First Name	Last Name	Member
Туризм	участник	Дмитрий Евгеньевич	Алексеев	Московская область
Туризм	участник	Дмитрий Александрович	Вдовин	Московская область
Туризм	участник	Иван Сергеевич	Гончаров	Республика Коми
Туризм	участник	Даниил Евгеньевич	Гурский	Республика Коми
Туризм	участник	Павел Евгеньевич	Демехин	Республика Тыва
Туризм	участник	Александр Владимирович	Дындин	Республика Тыва
Туризм	участник	Дарья Константиновна	Жеглова	Брянская область
Туризм	участник	Ирина Игоревна	Золотухина	Брянская область
Туризм	участник	Павел Александрович	Исаев	Тульская область
Туризм	участник	Александр Сергеевич	Карпухин	Тульская область
Туризм	эксперт	Дмитрий Михайлович	Корякин	Московская область
Туризм	эксперт	Павел Михайлович	Меднов	Республика Коми
Туризм	эксперт	Сергей Васильевич	Свинарев	Республика Тыва
Туризм	эксперт	Евгений Иванович	Серегин	Брянская область
Туризм	эксперт	Роман Игоревич	Соколовский	Тульская область
Туризм	главный эксперт	Дмитрий Евгеньевич	Федорченко	Москва

для ЗАМЕТОК



This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. In the top right corner, there is a small, dark, circular object, possibly a hole punch or a piece of tape. The overall appearance is that of a clean, unused document.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. In the top right corner, there is a small, dark, circular object, possibly a hole punch or a piece of tape. The overall appearance is that of a clean, unused page from a notebook or a document.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

[illegible]

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

