



Задание для подготовки к Чемпионату

Модуль А1. Разработка и обоснование программы выездного тура за рубеж.

Участникам заблаговременно (за 10 календарных дней до начала чемпионата (С 1)) высылается на электронную почту для эффективной подготовки вся необходимая предварительная информация, а именно:

Список возможных стран, которые войдут в состав программы выездного тура за рубеж:

- 1. Таиланд,**
- 2. Доминиканская Республика,**
- 3. Чехия.**

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

На момент начала работы над модулем всем участникам озвучивается выбранная методом жребия специально подготовленная ситуация, в которой представлен запрос клиента для посещения зарубежной страны.

В ходе работы над заданием участниками в соответствии с заданными критериями определяется действующий туроператор, формирующий данное направление.

Конкурсанты по образцу оформляют и сдают экспертам коммерческое предложение на поездку в соответствии с заявкой, в котором прописывается программа тура: 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. Вся информация предоставляется с использованием открытых актуальных источников.

Объем коммерческого предложения не должен превышать 3 страниц, содержать элементы визуализации, текст должен быть отформатирован.

Участники оформляют по образцу и сдают экспертам памятку туристу, с указанием самой важной информации о стране пребывания, предостережениях и ограничениях для иностранцев.

Конкурсанты определяют стоимость туристского продукта, а также рассчитывают прибыль турагентства в соответствии с базовой комиссией туроператора. Расчеты производятся в рублях РФ. Расчеты предоставляются экспертам. Для расчета конкурсантам предоставляется единая унифицированная форма (в электронном виде), поля которой необходимо заполнить.

Конкурсантам в ходе работы над запросом клиента предоставляется возможность в течение ограниченного времени (не более 5 минут) обратиться к «клиенту» и задать уточняющие вопросы. Качество постановки вопросов и нормы ведения деловых переговоров оцениваются экспертами. «Переговоры» с Заказчиком проводятся в специально отведенном для этого месте в рабочей зоне участников.

Участники готовят электронную презентацию тура, которая должна содержать страноведческую информацию о стране временного пребывания туристов, описание курорта/ города / района согласно программе тура, информацию об основных услугах (переезд, проживание, питание, страховка), а также дополнительных услугах (экскурсии, виза и пр.) в составе тура. Во время презентации необходимо обосновать выбор представленного тура в соответствии с заявкой клиента, демонстрируя навыки работы в PowerPoint, качество устного представления программы тура (культура речи, содержательность, достоверность и т.д.), умение продуктивно использовать выделенное время для презентации.

Модуль С 1. Продвижение туристского направления

Участникам заблаговременно (за 10 календарных дней до начала чемпионата(С+1)) высылается на электронную почту для эффективной подготовки вся необходимая предварительная информация, а именно:



Список возможных регионов, городов или других туристских направлений субъектов РФ, на примере которых будет необходимо составить программу продвижения:

- 1. Мемориальный и природный заповедник «Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна»,**
- 2. Национальный парк «Куршская Коса»,**
- 3. Астраханский государственный природный биосферный заповедник.**

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

Участникам предлагается составить программу продвижения по определенному туристскому направлению (регион, мегаполис, «малый» город, национальный парк и т.д.), в котором работают представители туристического бизнеса с целью привлечения внимания потенциальных потребителей к турпродукту и самому направлению.

Участники определяют целевую аудиторию и основное ядро целевой аудитории туристского направления, на которое направлена программа продвижения. Выявляют конкурентные преимущества туристского потенциала одного из субъектов РФ.

Конкурсанты разрабатывают и представляют экспертам макет логотипа и слоган туристского направления, обосновывая в процессе презентации выбор элементов логотипа и содержание слогана. Акцент должен быть сделан на реальном культурно-историческом, природном и социальном богатстве территории и перспективах ее развития.

Конкурсантам необходимо разработать и представить экспертам план-график мероприятий по продвижению туристского направления с указанием этапов его реализации. Программа продвижения должна включать наиболее оптимальные online и offline инструменты продвижения. Обязательным условием является обоснование и реалистичность выбора инструментов продвижения турпродукта, а также наличие бюджета программы продвижения туристского направления.

Конкурсанты готовят презентацию программы продвижения, демонстрируя навыки работы в PowerPoint, качество (креативность, содержательность и реалистичность составленной программы продвижения турпродукта, достоверность, эмоциональность и т.д.) устного представления программы продвижения, умение продуктивно использовать выделенное время для презентации.