|  |
| --- |
| Приложение |
| **XVIII Республиканский туристический конкурс “Познай Беларусь”** |
| № | Номинация | Участники номинации | Критерии |
| 1 | Я познаю Беларусь | физические лица (к участию не допускаются экскурсоводы, гиды-переводчики, сотрудники туристических компаний) | количество фотографий из предложенного перечня объектов (не более одной по каждому объекту). Участники номинации подтверждают посещение туристических объектов предоставлением фотографий туристического объекта и участника номинации на его фоне, при этом лицо участника должно быть отчетливо видно, а объект – узнаваем, фотографии должны быть подписаны и пронумерованы согласно утвержденного Перечня туристических объектов, предлагаемый к посещению в номинации “Я познаю Беларусь” XVIII Республиканского туристского конкурса “Познай Беларусь”Фотографии необходимо разместить в социальной сети с обязательным хэштегом #discoverBelarus или #познайБеларусь |
| творческий подход, оригинальность представленных фотографий |
| 2 | Экскурсовод года | аттестованные экскурсоводы и гиды-переводчики | количество новых защищенных маршрутов (октябрь 2019/октябрь 2020) |
| количество проведенных экскурсий в октябрь 2019/октябрь 2020 гг. (подтверждается документально) |
| наличие договоров с туристическими компаниями |
| уникальность индивидуальных текстов, творческий подход к проведению экскурсий |
| опубликованные отзывы о качестве экскурсионных услуг (количество за 2020 год) |
| участие в благотворительных туристических мероприятиях и проектах (количество за 2020 год) |
| участие в профильных образовательных семинарах (количество за 2020 год) |
| 3 | Туристическая компания года | туристические компании по въездному и внутреннему туризму | наличие проектов по продвижению туристических возможностей Беларуси за октябрь 2019/ октябрь 2020 гг. |
| наличие проектов, предпринимаемые шаги по активизации внутреннего и въездного туризма в 2020 году (публикации в социальных сетях и на сайте, онлайн-экскурсии, проведение розыгрышей, квестов, переориентация на малые группы и др.)  |
| обеспечение безопасности туристов (предоставление туристам информации по предпринимаемым мерам по противодействию распространения COVID-19), соблюдение масочного режима на маршруте, в офисе, иных рекомендаций Минздрава по данной теме. |
| наличие собственной агентской сети |
| активность в средствах массовой информации, в том числе и иностранных (необходимо представить ссылки на интернет-ресурсы, копии статей), присутствие в социальных сетях |
| уникальность предлагаемых турпродуктов |
| наличие сертификата соответствия |
| наличие программ для различных возрастных групп |
| подтвержденные (опубликованные) отзывы о качестве предоставляемых услуг |
| участие в международных туристических выставках, презентациях, организации и проведение рекламно-информационных туров, образовательных семинарах  |
| профессионализм сотрудников (формат определения — “тайный гость”) |
| 4 | Средство размещения года*Подноминации:*4.1 Объекты размещения высокой ценовой категории и/или категории 4-5\*4.2 Объекты размещения средней и низкой ценовой категории и/или категории 3\* включительно4.3 Санатории | объекты размещения (отели, мотели, хостелы, санаторно-курортные учреждения, и другие средства размещения) | наличие имиджевых и туристических мероприятий, проведенных на базе средства размещения, проведенных октябрь 2019/октябрь 2020 гг.; |
| участие в выставках, презентациях, образовательных семинарах, организации и проведении рекламно-информационных туров и других мероприятиях по продвижению туристических услуг Беларуси (октябрь 2019/октябрь 2020) |
| публикации в средствах массовой информации о средстве размещения и мероприятиях, в том числе и в зарубежных средствах массовой информации (октябрь 2019/октябрь 2020); присутствие в социальных сетях |
| наличие договоров с туристическими компаниями |
| отзывы о качестве предоставляемых услуг от туристических компаний и постояльцев |
| наличие проектов либо подтвержденные предпринимаемые шаги по активизации внутреннего и въездного туризма в 2020 году (публикации в социальных сетях и на сайте, онлайн-экскурсии, проведение розыгрышей, квестов, переориентация на малые группы и др.)  |
| обеспечение безопасности туристов (предоставление туристам информации по предпринимаемым мерам по противодействию распространения COVID-19), соблюдение масочного режима на маршруте, в офисе, иных рекомендаций Минздрава по данной теме. |
| профессионализм сотрудников (формат определения — “тайный гость”) |
| 5 | Номинация “Агроэкоусадьба года”*Подноминации:* | агроэкоусадьбы | этническое оформление усадьбы; наличие этнографической экспозиции, коллекции предметов народных ремесел, ткачества и др. на территории усадьбы |
| “Этноусадьба” |  |
| проведение мастер-классов (народные ремесла, музыка, обряды и т.д.); |
| 1. приготовление блюд национальной белорусской кухни
 |
| 1. наличие имиджевых и туристических мероприятий, проведенных на базе средства размещения, проведенных октябрь 2019/октябрь 2020 гг.
 |
| 1. участие в выставках, презентациях, образовательных семинарах, организации и проведении рекламно-информационных туров и других мероприятий по продвижению туристических услуг Беларуси в период октябрь 2019/октябрь 2020 гг.
 |
| 1. публикации в средствах массовой информации о средстве размещения и мероприятиях, в том числе и в зарубежных СМИ в период октябрь 2019/октябрь 2020 гг.; присутствие в социальных сетях
 |
| 1. динамика загрузки в период октябрь 2019/октябрь 2020 гг.
 |
| 1. наличие договоров с туристическими компаниями
 |
| 1. отзывы о качестве предоставляемых услуг от туристических компаний и постояльцев
 |
| наличие проектов либо подтвержденные предпринимаемые шаги по активизации внутреннего и въездного туризма в 2020 году (публикации в социальных сетях и на сайте, онлайн-экскурсии, проведение розыгрышей, квестов, переориентация на малые группы и др.)  |
| обеспечение безопасности туристов (предоставление туристам информации по предпринимаемым мерам по противодействию распространения COVID-19), соблюдение масочного режима на маршруте, в офисе, иных рекомендаций Минздрава по данной теме. |
| 1. профессионализм сотрудников (формат определения – “тайный гость”)
 |
| “Инновационный подход” | Наличие специальных (разнообразных) программ пребывания туристов- Услуги пчелотерапии, фитотерапии, гидротерапии, иппотерапии- Наличие безбарьерной среды для приема посетителей- Проведение специализированных событийных мероприятий (гастрофестивали, спортивные мероприятия, слеты и др.)- Ведение органического (экологически чистого) личного подсобного хозяйства/сельского хозяйства- Наличие оборудованных водных, велосипедных, пеших маршрутов- Организация оздоровительных туров (маршрутов) | использование органической сельскохозяйственной продукции (в том числе из собственного подворья) при организации питания туристов |
| использование экологически чистых, природных материалов и традиционных технологий в строительстве |
| использование альтернативных источников энергии |
| наличие зеленых маршрутов, экологических троп проходящих в непосредственной близости от усадьбы |
| наличие имиджевых и туристических мероприятий, проведенных на базе средства размещения, проведенных в период октябрь 2019/октябрь 2020 гг. |
| участие в выставках, презентациях, образовательных семинарах, организации и проведении рекламно-информационных туров и других мероприятий по продвижению туристических услуг Беларуси в период октябрь 2019/октябрь 2020 гг., в т.ч. мероприятиях, направленных на сохранение местной флоры и фауны |
| публикации в средствах массовой информации о средстве размещения и мероприятиях, в том числе и в зарубежных СМИ (октябрь 2019/октябрь 2020 гг.) присутствие в социальных сетях |
| динамика загрузки в октябрь 2019/октябрь 2020 гг. |
| наличие договоров с туристическими компаниями |
| отзывы о качестве предоставляемых услуг от туристических компаний и постояльцев |
| обеспечение безопасности туристов (предоставление туристам информации по предпринимаемым мерам по противодействию распространения COVID-19), соблюдение масочного режима на маршруте, в офисе, иных рекомендаций Минздрава по данной теме. |
| профессионализм сотрудников (формат определения – “тайный гость”) |
|  | “Агротуристический кластер” |  | количество участников кластера  |
| разнообразие состава участников кластера (агроэкоусадьбы, фермы, ремесленники, музеи и т.д.) |
| количество принятых туристов за период октябрь 2019/октябрь 2020 |
| наличие собственного логотипа и его использование участниками кластера |
| наличие имиджевых и туристических мероприятий, проведенных на базе кластера, проведенных в периоде октябрь 2019/октябрь 2020 |
| участие в выставках, презентациях, образовательных семинарах, организации и проведении рекламно-информационных туров и других мероприятий по продвижению туристических услуг Беларуси за период октябрь 2019/октябрь 2020 |
| публикации в средствах массовой информации о кластере, участниках кластера и мероприятиях, в том числе и в зарубежных СМИ (октябрь 2019/октябрь 2020 гг.); присутствие в социальных сетях |
| наличие проектов либо подтвержденные предпринимаемые шаги по активизации внутреннего и въездного туризма в 2020 году (публикации в социальных сетях и на сайте, онлайн-экскурсии, проведение розыгрышей, квестов)  |
| обеспечение безопасности туристов (предоставление туристам информации по предпринимаемым мерам по противодействию распространения COVID-19), соблюдение масочного режима на маршруте, в офисе, иных рекомендаций Минздрава по данной теме. |
| профессионализм сотрудников (формат определения – “тайный гость”) |
| 6 | Материал года СМИ о туризме*Подноминации:*6.1 интернет СМИ6.2 печатные СМИ6.2.1 региональные6.2.2. республиканские6.3.теле- и радио- СМИ6.3.1 региональные6.3.2. республиканские6.4Лучший блог о туризме | профильные и непрофильные средства массовой информации, осуществляющие проекты в области туризма (интернет- сайты, печатные издания, проекты на телевидении, радио), журналисты, блоггеры | на конкурс представляются материалы о туристическом потенциале Беларуси |
| актуальность и новизна информации, творческий подход в подаче информации |
| подтвержденные (опубликованные) отзывы о публикациях |
| использование маркетинговых инструментов для продвижения |
| 7 | Проект года | проекты в области туризма, в том числе и мероприятия событийного туризма | новизна и актуальность (период реализации: октябрь 2019/октябрь 2020 гг.) |
| публикации в средствах массовой информации о проекте, в том числе и в зарубежных средствах массовой информации |
| охват аудитории |
| количество привлеченных туристов, в том числе иностранных |
| использование маркетинговых инструментов для продвижения и инновационных технологий в проекте |
| отзывы о проекте |
| 8 | Музеи и объекты развлечения года | музеи, историко-культурные, мемориальные, этнографические, туристические комплексы, парки | Наличие эксклюзивных программ обслуживания туристов |
| Участие /организация событийных мероприятий |
| Перечень услуг, оказываемых туристам |
| участие в выставках, презентациях, образовательных семинарах, организации и проведении рекламно-информационных туров и других мероприятиях по продвижению туристических услуг Беларуси (октябрь 2019/октябрь 2020) |
| наличие проектов либо подтвержденные предпринимаемые шаги по активизации внутреннего и въездного туризма в 2020 году (публикации в социальных сетях и на сайте, онлайн-экскурсии, проведение розыгрышей, квестов, переориентация на малые группы и др.)  |
| обеспечение безопасности туристов (предоставление туристам информации по предпринимаемым мерам по противодействию распространения COVID-19), соблюдение масочного режима на маршруте, в офисе, иных рекомендаций Минздрава по данной теме. |
| 9 | Фотография года | физические лица | Участник представляют 3 фотографииТематика фото – туристический потенциал БеларусиФотографии необходимо разместить в социальной сети с обязательным хэштегом #photodiscoverBelarus2020 или #ФотопознайБеларусь2020 и геолокацией |
| соответствие теме и целям конкурса «Познай Беларусь» |
| авторский подход, оригинальность подачи информации |
| качество выполнения (с художественной и технической точки зрения) |
| 10 | Рассказ о малой Родине | физические лица,журналисты, блогеры | Участники представляют собственный текст в художественном или публицистическом стиле, в котором рассказывается об их малой родине |
| при наборе на компьютере: объем до 300 слов или 2000 знаков, без учета пробелов, шрифт Times New Roman, 14 пт, междустрочный интервал одинарный, рукописный текст: не более 2 стр. почерк разборчивый. |
| Задействован может быть целый населённый пункт/местность, часть населённого пункта (район, квартал, улица) либо конкретный объект |
| Творческий подход, оригинальность подачи информации |
| Внутреннее смысловое единство, умение в краткой форме представить главную мысль повествования. |
| Грамотность использования исторических фактов и терминов. |
| Языковая грамотность, логичность изложения, богатство языка, разнообразие грамматического строя речи |