

Институт гостиничного бизнеса и туризма

**Методические рекомендации  
по подготовке к отборочному этапу  
по предметному направлению «Туризм»**

**открытой универсиады федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования «Российский  
университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» «RUDN-ON»  
(Универсиады РУДН)  
в 2023/24 уч. г.**

Москва, 2023

## **1. О предметном направлении**

Универсиада РУДН по предметному направлению «Туризм» призвана выявить наиболее подготовленных выпускников и студентов направлений 43.03.01 Сервис, 43.03.02 Туризм, 43.03.03 Гостиничное дело, а также даёт возможность поступить на магистерские программы направления подготовки 43.04.02 Туризм по профилям «Планирование и развитие туризма», «Бизнес-процессы в сфере туризма и гостеприимства».

## **2. Информация об отборочном этапе**

Отборочный этап состоит из заданий по следующим дисциплинам:

### 2.1. Базовые дисциплины:

- Деловые коммуникации и культура речи;
- Мировая культура и искусство.

### 2.2. Специализированные дисциплины:

- Событийный туризм и ивент-менеджмент;
- Технологии организации видов туризма;
- Страноведение и международный туризм.

Продолжительность тестирования – 60 минут.

Задания отборочного этапа включают 25 тестовых вопросов с вариантами ответа.

Ответы проверяются автоматически. Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла, что в сумме дает возможность набрать участнику 100 баллов.

## **3. Список рекомендуемой литературы для подготовки**

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/).
2. Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 N 73-ФЗ (последняя редакция) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_37318/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/)  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11376/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/).
3. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въездов в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11376/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/).
5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 29.07.2018) «О защите прав потребителей» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/).
6. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ (последняя редакция) URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_32881/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/).
7. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въездов в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11376/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/).
8. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».
9. Косолапов А.Б. Организация туристской деятельности. Учебник. М.: Кнорус, – 2020. – 304 с.

#### **Дополнительная литература:**

1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства: учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9313-
4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452708 вузов>
2. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии: учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12232-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452692>.

3. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия: учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12759-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/448273>

4. Шульгина, Д. П. Культурное и природное наследие России: учебник для вузов / Д. П. Шульгина, О. В. Шульгина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10874-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456416>

## **Экономика**

### **Основная литература:**

1. Зевеке, О. Ю. Экономика предприятий индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. Ю. Зевеке. — Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2022. — 173 с. — ISBN 978-5-209-11191-7. — EDN BSIBZH.

2. Корнейчук, Б. В. Макроэкономика. Продвинутый курс: учебник и практикум для вузов / Б. В. Корнейчук. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 385 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02582-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/451296>.

3. Микроэкономика: учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.]; под редакцией Г. А. Родиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07343-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/449985>.

### **Дополнительная литература:**

1. Поликарпова, Т. И. Основы экономики: учебник и практикум / Т. И. Поликарпова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-07771-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/453556>.

## Менеджмент

### Основная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450097>
2. Иванова, И. А. Менеджмент: / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/452215>
3. Первушина, Т. Л. Организация производства и менеджмент: учебное пособие / Т. Л. Первушина. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 84 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147457> (дата обращения: 23.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### Дополнительная литература:

1. Петров, А. Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 2.: учебник для вузов / А. Н. Петров; ответственный редактор А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02084-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452009>
2. Менеджмент. Практикум: учебное пособие для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00609-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450764>

## Маркетинг

### Основная литература:

1. Зевеке, О. Ю. Методика формирования комплекса маркетинговых коммуникаций компаний сферы гостеприимства / О. Ю. Зевеке. — Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. — 130 с. — ISBN 978-5-

209-10305-9. – EDN CYZGNV.

2. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 08449-2.

3. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450596>

#### Дополнительная литература:

1. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.]; под редакцией И. В. Воробьевой, К... Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/450356>

2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст: электронный //ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/453850>

#### 4. Демоверсии заданий отборочного этапа (тест) по предметному направлению «Туризм»

##### **1. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется путем осуществления следующих мероприятий (исключите один неправильный ответ):**

А. определения приоритетных направлений, нормативно – правового регулирования и разработки программ развития туризма

В. содействия в продвижении туристского продукта, защиты прав и интересов туриста и обеспечения их безопасности

С. содействия кадровому обеспечению, развитию научных исследований, стандартизации и классификации объектов туристской индустрии

Д. обязательного лицензирования туроператорской и турагентской

деятельности

**2. Правовую основу международного сотрудничества Российской Федерации в сфере туризма составляют:**

- A. международные договоры Российской Федерации, заключаемые в соответствии с федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- B. международные договоры Российской Федерации, заключаемые в соответствии с Федеральным законом «О международных договорах Российской Федерации»
- C. международные договоры Российской Федерации, заключаемые в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации
- D. международные соглашения по туризму и отечественные нормативно – правовые акты об основах туристской деятельности в стране и за рубежом

**3. Стороны, подписавшие документ «Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами (МГА/ФУААВ)» берут на себя обязательство (исключите один неправильный ответ):**

- A. сотрудничать с соответствующими национальными ассоциациями по вопросам соблюдения правил Конвенции на международном уровне
- B. рекомендовать своим членам и принадлежащим им предприятиям при заключении гостиничных контрактов предоставлять преимущество тем предприятиям, которые находятся под юрисдикцией другой стороны
- C. разрабатывать национальные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность
- D. взаимодействовать с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе и за пределами РФ

**4. Природные, исторические, социально – культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил – это:**

- A. туристские возможности
- B. туристские достопримечательности
- C. туристские ресурсы
- D. объекты туристского показа

**5. Совокупность необходимой для ориентирования туристов**



**информации о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии и средствах размещения такой информации (информационных знаков, конструкций, сооружений, технических приспособлений и других носителей, предназначенных для распространения информации, за исключением рекламных конструкций) – это:**

- A. туристский информационный центр
- B. система навигации и ориентирования в сфере туризма
- C. туристский маршрут
- D. туристский реестр

**6. Претензии к качеству туристского продукта предъявляются туристом и(или) иным заказчиком туроператору:**

- A. в письменной форме в течение 10 дней со дня окончания действия договора и подлежат рассмотрению в течение 5 рабочих дней со дня получения претензий
- B. в письменной форме в течение 20 дней со дня окончания действия договора и подлежат рассмотрению в течение 10 дней со дня получения претензий
- C. в письменной форме в течение 30 дней со дня окончания действия договора и подлежат рассмотрению в течение 10 дней со дня получения претензий
- D. в письменной форме в течение 30 дней со дня окончания действия договора и подлежат рассмотрению в течение 15 дней со дня получения претензий

**7. Материальная основа экскурсионного показа, включающая памятные места, здания и сооружения, памятники истории, архитектуры, искусства и археологии, природные объекты (заповедники, заказники, реликтовые растения и др.), промышленные и другие предприятия, экспозиции музеев, картинных галерей, выставок, которые во время экскурсии демонстрируют экскурсантам:**

- A. объекты экскурсионного показа/экскурсионные объекты
- B. экскурсионные услуги
- C. вид экскурсионной услуги
- D. туристский продукт

**8. При предоставлении экскурсионных услуг следует:**

- A. соблюдать требования ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования



- V. соблюдать требования точности и своевременности выполнения экскурсии в полном соответствии с программой и договором на оказание экскурсионных услуг
- C. соблюдать положения Глобального этического кодекса туризма
- D. соблюдать требования своевременности выполнения экскурсии в полном соответствии с программой экскурсии

**9. Цена на услугу упала с 50 до 40 руб. за единицу.**

**Ежедневный объем продаж вырос с 75 до 100 штук. Эластичность спроса по цене:**

- A. 10
- B. 1,67
- C. 2,45
- D. 1,89

**10. Стоимость набора товаров, которые потребитель способен приобрести при данном доходе и данных ценах, изображенная графически, называется:**

- A. кривой безразличия
- B. кривой предложения
- C. бюджетной линией
- D. кривой спроса

**11. Если спрос предъявляет домохозяйство с функцией спроса  $Q_d = 330 - 2P$ , а предложение определяется фирмой, функция предложения которой,  $Q_s =$**

**$P + 60$ , то величина товарного избытка при установлении государством цены на уровне 110 д.ед. составит:**

- A. 150 ед.
- B. 30 ед.
- C. 50 ед.
- D. 20 ед.

**12. На сколько процентов возросла реальная заработная плата, если в текущем году номинальная заработная плата по сравнению с прошлым годом увеличилась на 5% при инфляции в 3%:**

- A. 15%;
- B. 2%.
- C. 5%.

D. 3%

**13. Чем ВВП отличается от ВВП?**

- A. ВВП включает только конечный продукт, а ВВП – всю произведенную продукцию
- B. ВВП учитывает продукцию, услуги внутри страны и за ее границами на отечественных предприятиях, а ВВП только внутри страны, но на предприятиях отечественных и иностранных
- C. ВВП измеряется в реальных ценах, а ВВП – в номинальных
- D. ВВП – это сумма конечных продуктов, а ВВП – это сумма добавленных стоимостей

**14. Кривая производственных возможностей выражает:**

- A. взаимосвязь между факторами производства
- B. максимальный объем производства двух продуктов при использовании всех имеющихся ресурсов
- C. дополнительный выпуск продукции при увеличении ресурсов

**15. Закон убывающей предельной полезности означает, что (выберите два правильных ответа):**

- A. отношение предельных полезностей к ценам одинаково для всех товаров
- B. полезность приобретаемых товаров убывает по мере увеличения дохода потребителя
- C. полезность, приносимая каждой дополнительной единицей товара, убывает по мере увеличения количества приобретаемых товаров
- D. цена блага для потребителя определяется предельной полезностью

**16. Изокоста – это линия, которая указывает:**

- A. множество комбинаций цен на ресурсы
- B. множество всех комбинаций ресурсов, которые могли бы быть приобретены предприятием при определенной сумме расходов
- C. множество всех комбинаций ресурсов, которые могут быть использованы в производстве одного продукта

**17. Что обеспечивает управленческая функция «мотивация»?**

- A. достижение личных целей
- B. побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач
- C. исполнение принятых управленческих решений
- D. обеспечение бесспорного влияния на подчиненного

**18. Направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под «имущественную» ответственность юридического лица?**

- A. предпринимательство
- B. маркетинг
- C. менеджмент
- D. экономика

**19. Руководство компании считает, что во время высокого сезона, необходимо включить в работу 10 дополнительных сотрудников со стороны. Руководство не хочет оформлять сотрудников официально, предоставлять им постоянный или полный рабочий день. Что бы Вы предложили компании сделать в этой ситуации?**

- A. разработать план удержания новых сотрудников
- B. увеличить нагрузку на существующий персонал
- C. использовать штатных сотрудников для дополнительной работы с повышением заработной платы на заданный период
- D. ничего не делать

**20. Перед Вами была поставлена задача повысить вовлеченность сотрудников в фирме, в которой Вы работаете. Какие стратегические кадровые инициативы Вы бы рассмотрели в первую очередь?**

- A. программа поддержания молодых сотрудников
- B. возможности для роста, развития, продвижения
- C. проект по измерению ежедневной производительности
- D. социальная деятельность по сплочению коллектива

**21. Основной особенностью организации как открытой системы является:**

- A. наличие горизонтальных и вертикальных связей
- B. наличие взаимодействия с внешней средой
- C. отсутствие взаимодействия между подсистемами

**22. Лидерство в теории менеджмента можно определить как:**

- A. условия функционирования организации
- B. способность оказывать влияние на личность и группы людей
- C. размер заработной платы
- D. победу в конфликте

**23. Методы исследования в менеджменте:**

- А. представляют собой конкретные способы реализации управленческих решений, которые ведут к достижению поставленных целей и задач
- В. это специфические способы познания, приемы, подходы и принципы, которые делают воздействие на объект управления эффективным
- С. свод правил, норм и научных приемов, которые используются для изучения мотивационных признаков сотрудников

**24. Инновационная функция, связанная не только с использованием деятельности новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей.**

- А. общеэкономическая функция
- В. творчески – поисковая функция
- С. социальная функция
- Д. ресурсная функция

**25. Прямой маркетинг - это:**

- А. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем
- В. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей
- С. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения
- Д. благожелательное представление товара в СМИ