

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ  
ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА ТУРИЗМА И СЕРВИСА**

Методические рекомендации  
«Универсиада RUDN-ON»  
по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм»

Москва, 2026

## Методические указания участникам олимпиады

### Направление подготовки 43.04.02 «Туризм»

Олимпиада «Универсиада 2025» по направлению подготовки 43.04.02 «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 вне конкурса на магистерские программы направления подготовки 43.04.02 «Туризм» по профилям «Планирование и развитие туризма», «Бизнес-процессы в сфере туризма и гостеприимства» РУДН. Олимпиада проводится в два этапа.

#### Первый (отборочный) этап

Задание первого (отборочного) этапа включает 50 тестовых вопросов с вариантами ответа. Ответы проверяются автоматически. Каждый правильный ответ оценивается в 2 балла, что в сумме дает возможность набрать участнику 100 баллов. Продолжительность первого этапа – 50 минут (по 1 минуте на каждый вопрос).

#### Второй (заключительный) этап.

Второй этап, очное решение комплексного кейс-задания. Задание предполагает умение формировать туристский продукт по критериям заказчика.

Для выполнения задания отводится 2 часа 40 минут (2 пары) и предоставляется членам комиссии в письменном виде.

В кейсе предполагается 15 критериев. Возможный совокупный балл 100 баллов. Распределение баллов:

Критерий оценки кейса	Баллы
Наличие календарного плана программы мероприятий	1-5
Определение конечного результата реализации программы мероприятий в соответствии с задачами туроператорской компании	1-5

Четкость и логичность структуры плана программы мероприятий	1-10
Соответствие целевой аудитории разработанной программы мероприятий	1-5
Реалистичность временных рамок при подготовке и реализации программы мероприятий	1-5
Реалистичность логистики в разработанной программе мероприятий	1-5
Вариативность предложенных средств размещения	1-10
Актуальность разработанных мероприятий для туристических агентств	1-5
Соответствие разработанной программы политике туроператорской компании в отношении туристических агентств	1-5
Финансовая составляющая программы мероприятий (затратная часть и возможная прибыль после реализации программы)	1-10
Представление разработанного плана мероприятий	1-10
Актуальность разработанных решений при создании программы	1-10
Соответствие разработанной программы мероприятий корпоративным стандартам туроператора	1-5
Обоснование эффективности предложенной программы мероприятий	1-10

Для работы над кейсами рекомендовано пользоваться открытыми источниками информации (&Интернет) и рекомендуемой литературой, а также калькуляторами и программой Excel.

**Список рекомендуемой литературы для подготовки.**

## ***Организация туристской деятельности.***

### ***Нормативно-правовые акты:***

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция).
2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).
3. Постановление Правительства РФ от 27 декабря 2024 г. № 1951 «Об утверждении положения о классификации средств размещения».
4. Указ Президента РФ от 8 августа 2023 г. № 588 «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности».

### ***Учебники и учебные пособия:***

1. Архипова О.В. Организация культурно-досуговой деятельности на предприятиях гостеприимства: учебник / О.В. Архипова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 154 с.
2. Бражников М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 144 с.
3. Волошинова М.В. Инновации в сфере туризма: учебное пособие / М.В. Волошинова, Е.Г. Карпова, Л.В. Хорева, А.В. Шраер. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 84 с.
4. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2025. – 340 с.– (Высшее образование).
5. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий: учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2025. – 205 с.
6. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002 - 2022 (любой год издания). – 1063 с.
7. Матолыгина Н. В., Руглова Л.В. Профессиональная этика и этикет в сфере сервиса: учебное пособие. – СПб.: ИЦ Интермедия, 2016. – 160 с. – ISBN 978-5-4383-0038-0.
8. Портер Майкл. Конкуренция /Michael E. Porter on Competition. – М.: «Вильямс», 2006.
9. Максимовская О.А. Создание и продвижение виртуальных событийных проектов: учебное пособие / О.А. Максимовская. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 63 с.
10. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / под общей редакцией Н. Н. Молчанова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 465 с.
11. Морозов М. А. Экономика туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 7-е изд.,

испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2025. – 301 с. (Профессиональное образование).

12. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2025. – 212 с. – (Высшее образование).

13. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. – 3-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 297 с. – (Высшее образование).

14. Хмырова С.В. Ресторанный маркетинг: учебное пособие для студентов вузов / С.В. Хмырова. – М.: Изд-во: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 255 с.

#### **Электронные ресурсы:**

15. Туризм // Министерство экономического развития РФ. - URL: <https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm>.

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ**

#### **Туризм (понятия, туристские ресурсы, статистика)**

1. Основные термины и определения международного туризма.
2. Национальные туристские объединения и союзы.
3. Основные культурно-исторические достопримечательности России, стран СНГ и известных мировых туристских дестинаций.
4. Рейтинг стран, характеризующий въездной и выездной туристские потоки России.
5. Индекс туристической привлекательности регионов России: понятие, критерии и регионы РФ - лидеры рейтинга 2024 года.

#### **Экономика отрасли и экономика предприятия**

6. Теория организации отраслевых рынков. Туризм и его социально-экономическое значение. Понятие «мультипликации» в туризме.
7. Методы анализа отраслевого рынка (SWOT- и PEST- анализы, конкурентный анализ), субъекты отраслевого рынка.
8. Формирование стратегии предприятия (организации) в условиях отраслевого рынка.
9. Типология конкурентных стратегий по М. Портеру.
10. Типология стратегий, основанная на модели «продукт-рынок» И. Ансоффа.
11. Корпоративные и ассоциативные механизмы интеграции в отрасли.
12. Корпоративная социальная ответственность в отрасли туризма.
13. Сущность форм концентрации производства в отрасли: интеграция, диверсификация, конгломерация.
14. Основные экономические показатели в управлении предприятием гостеприимства (доход, затраты (переменные и постоянные), точка безубыточности, рентабельность и др.).

#### **Менеджмент и межкультурная коммуникация**

15. Основные школы менеджмента.
16. Теории мотивации в менеджменте.

17. Функции менеджмента. Методы и стили управления.
18. Типы организационных структур управления и методы их построения.
19. Типы конфликтов. Стратегии разрешения конфликтов.
20. Межкультурная коммуникация и деловое общение в туризме: принципы, правила, особенности.

### **Маркетинг, управление проектами и инновационная политика**

21. Маркетинг как управленческая концепция на предприятиях и организациях сферы сервиса, туризма и гостеприимства: понятие, эволюция основных подходов.
22. Сегментация, дифференциация и позиционирование в сфере сервиса, туризма и гостеприимства.
23. Разработка комплекса маркетинга (маркетинг-микса) на предприятиях сервиса, туризма и гостиничного бизнеса.
24. Основные подходы к понятию “новый” товар / услуга на основе современного маркетинга.
25. Бренд и основные марочные стратегии предприятия гостеприимства.
26. Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве: виды, факторы и источники.
27. Основные этапы управления проектом. Создание и продвижение событийных проектов (офлайн, виртуальные, гибридного формата).

### **Организация и технология гостиничного обслуживания**

28. Общая характеристика гостиниц и иных средств размещения: основные понятия, типы, оргструктура, ассортимент и номенклатура гостиничных услуг, категории звездности.
29. Специфика гостиничного сервиса: бронирование номеров, регистрация гостей и т.д.
30. Управление персоналом в гостиничном бизнесе. Фонд оплаты труда. Штатное расписание. Рекрутинг и аутсорсинг. Мотивация и обучение персонала.

### **Информационные технологии в туризме**

31. Определения базовых терминов в информационных технологиях.
32. Глобальные и национальные системы бронирования.
33. Основные программные продукты для управления гостиницей, рестораном, турфирмой.
34. Способы применения цифровизации и ИИ на предприятиях (организациях) сферы сервиса, туризма и гостеприимства.ф