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

Методические указания
«Универсиада RUDN-ON 2027»
по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм»

Москва, 2026

Методические указания участникам олимпиады

Направление подготовки 43.04.02 «Туризм»

«Универсиада RUDN-ON» 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 100 тестовых вопросов с вариантами ответа. Ответы проверяются автоматически. Каждый правильный ответ оценивается в 1 балла, что в сумме дает возможность набрать участнику 100 баллов. Продолжительность первого этапа – 60 минут.

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:

Критерии оценки (100 баллов)

Этап 1. Data points-10 баллов

Критерий	Баллы
Наличие 15+ пунктов, все 6 категорий заполнены	0–3
Каждый data point имеет реалистичный источник (где взять / как измерить)	0–3

Критерий	Баллы
Колонка «Вес влияния» проставлена и не содержит логических противоречий	0–4

Этап 2. Промпт-30 баллов

Критерий	Баллы
Присутствуют все 10 обязательных блоков	0–4
Полнота требований к генерации (все 10 компонентов продукта перечислены)	0–5
Условная логика: ≥5 корректных ветвлений if-else	0–5
Персонализация: ≥4 параметра, каждый привязан к конкретному data point	0–4
Confidence score: описан принцип расчёта	0–3
JSON-слепок: требование присутствует, формат описан	0–3
Guardrails: ≥5 конкретных запретов	0–3
Язык и стиль: промпт читаем, нет противоречий, объём 500–800 слов	0–3

Этап 3. Тестирование-20 баллов

Критерий	Баллы
Присутствуют все 3 ситуации	0–3
Для каждой ситуации заполнены все 5 полей таблицы	0–5
Ожидаемый результат и риск сбоя реалистичны, не надуманы	0–5
Предложенные улучшения конкретны (можно сразу внести в промпт)	0–4
Оценка confidence score обоснована, а не «по ощущениям»	0–3

Этап 4. Дашборд-25 баллов

Критерий	Баллы
3 вкладки, все метрики осмысленны и измеримы	0–5
DATA-модель: ≥5 источников, указаны формат и частота обновления	0–5

Критерий	Баллы
Прототип экрана детальный, передаваем UX-дизайнеру	0–5
Пороговые значения (красный/жёлтый/зелёный) указаны для всех KPI	0–5
Цикл обратной связи: конкретный пример с указанием, что и почему меняется в промпте	0–5

Этап 5. Финал + защита-15 баллов

Критерий	Баллы
Финальная версия промпта представлена, изменения подсвечены (или есть обоснование робастности)	0–4
Защита содержит все 6 обязательных разделов	0–4
Экономическое обоснование (ROI) содержит численные оценки	0–3
Риски сформулированы конкретно, контрмеры реалистичны	0–2
Общее оформление, грамотность, отсутствие «воды»	0–2

Итого: 100 баллов

Для работы над кейсами рекомендовано пользоваться открытыми источниками информации 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 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 для подготовки к тестированию:

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.
15. Электронные ресурсы:
16. Туризм // Министерство экономического развития РФ. - URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ТЕСТИРОВАНИЮ

1. Туризм (понятия, туристские ресурсы, статистика)
2. Основные термины и определения международного туризма.
3. Национальные туристские объединения и союзы.
4. Основные культурно-исторические достопримечательности России, стран СНГ и известных мировых туристских дестинаций.
5. Рейтинг стран, характеризующий въездной и выездной туристские потоки России.
6. Индекс туристической привлекательности регионов России: понятие, критерии и регионы РФ - лидеры рейтинга 2024 года.
7. Экономика отрасли и экономика предприятия
8. Теория организации отраслевых рынков. Туризм и его социально-экономическое значение. Понятие «мультипликации» в туризме.
9. Методы анализа отраслевого рынка (SWOT- и PEST- анализы, конкурентный анализ), субъекты отраслевого рынка.
10. Формирование стратегии предприятия (организации) в условиях отраслевого рынка.
11. Типология конкурентных стратегий по М. Портеру.
12. Типология стратегий, основанная на модели «продукт-рынок» И. Ансоффа.
13. Корпоративные и ассоциативные механизмы интеграции в отрасли.
14. Корпоративная социальная ответственность в отрасли туризма.
15. Сущность форм концентрации производства в отрасли: интеграция, диверсификация, конгломерация.
16. Основные экономические показатели в управлении предприятием гостеприимства (доход, затраты (переменные и постоянные), точка безубыточности, рентабельность и др.).
17. Менеджмент и межкультурная коммуникация
18. Теории мотивации в менеджменте.
19. Функции менеджмента. Методы и стили управления.
20. Типы организационных структур управления и методы их построения.
21. Типы конфликтов. Стратегии разрешения конфликтов.
22. Межкультурная коммуникация и деловое общение в туризме: принципы, правила, особенности.
23. Маркетинг, управление проектами и инновационная политика
24. Маркетинг как управленческая концепция на предприятиях и организациях сферы сервиса, туризма и гостеприимства: понятие, эволюция основных подходов.
25. Сегментация, дифференциация и позиционирование в сфере сервиса, туризма и гостеприимства.
26. Разработка комплекса маркетинга (маркетинг-микса) на предприятиях сервиса, туризма и гостиничного бизнеса.

27. Основные подходы к понятию “новый” товар / услуга на основе современного маркетинга.
28. Бренд и основные марочные стратегии предприятия гостеприимства.
29. Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве: виды, факторы и источники.
30. Основные этапы управления проектом. Создание и продвижение событийных проектов (офлайн, виртуальные, гибридного формата).
31. Организация и технология гостиничного обслуживания
32. Общая характеристика гостиниц и иных средств размещения: основные понятия, типы, оргструктура, ассортимент и номенклатура гостиничных услуг, категории звездности.
33. Специфика гостиничного сервиса: бронирование номеров, регистрация гостей и т.д.
34. Управление персоналом в гостиничном бизнесе. Фонд оплаты труда. Штатное расписание. Рекрутинг и аутсорсинг. Мотивация и обучение персонала.
35. Информационные технологии в туризме
36. Определения базовых терминов в информационных технологиях.
37. Глобальные и национальные системы бронирования.
38. Основные программные продукты для управления гостиницей, рестораном, турфирмой.
39. Способы применения цифровизации и ИИ на предприятиях (организациях) сферы сервиса, туризма и гостеприимства.

ПРИМЕР ОТБОРОЧНОГО ЭТАПА В 2027ГОДУ:
Демо вопросы тестов по туризму:
20 вопросов

Уровень: олимпиадный / магистратура направления «Туризм»

Структура: 12 разделов по ОПК, 100 вопросов, 4 варианта ответа, один правильный

Раздел 1. ОПК-1. Исследование туристского рынка — вопросы 1–2

1. Туроператор выводит новый продукт и провёл опрос: 62% респондентов указали цену как фактор выбора, 51% — удобство дат, 33% — бренд. Какой вывод методологически корректен?

A. Цена — ключевой фактор, но поскольку 51% назвали даты, рынок сегментирован и продукт следует позиционировать по двум критериям

B. Продукт нужно строить исключительно вокруг минимальной цены

C. Бренд незначим, его можно исключить из позиционирования

D. Достаточно ориентироваться на удобство дат как единственный критерий

2. Конкурентный анализ рынка дал усреднённую цену предложения 64 000 ₽ при разбросе от 38 000 до 120 000 ₽, стандартное отклонение 21 000 ₽. Какой вывод о структуре рынка корректен?

A. Высокое стандартное отклонение указывает на фрагментацию рынка и наличие нескольких ценовых сегментов

B. Средняя цена 64 000 ₽ описывает рынок, отклонение можно игнорировать

C. Разброс цен объясняется ошибками в данных

D. Рынок монополизирован, поскольку цена отклоняется от средней

Раздел 2. ОПК-2. Функции управления туристской деятельностью — вопросы 3–5

3. Руководитель туроператора делегирует планирование, но оставляет за собой контроль и мотивацию. Какая функция управления нарушена в цикле менеджмента?

A. Контроль, так как он не подлежит делегированию

B. Планирование, так как оно делегировано

C. Мотивация, поскольку она осталась у руководителя

D. Организация и координация, поскольку без делегирования организации цикл управления разрывается

4. Турфирма внедряет матричную структуру управления проектами. Какое преимущество и какой риск корректно указаны?

A. Преимущество — единоначалие; риск — снижение гибкости

B. Преимущество — гибкость и межфункциональное взаимодействие; риск — двойное подчинение исполнителей

C. Преимущество — снижение издержек; риск — отсутствие ответственности

D. Преимущество — упрощение контроля; риск — рост числа уровней управления

5. В компании функция контроля реализуется только по итогам года. Какое следствие корректно?

A. Итоговый контроль достаточен для туристского бизнеса ввиду сезонности

B. Запаздывающий контроль не позволяет оперативно корректировать отклонения в течение сезона

C. Контроль по итогам года снижает издержки без потери качества управления

D. Функция контроля дублирует функцию планирования и может быть исключена

Раздел 3. ОПК-3. Технологические новации и ПО — вопросы 6–7

6. Туроператор внедряет автоматизированную систему бронирования с интеграцией к API поставщиков. Какой показатель корректно оценивает эффект?

A. Сокращение времени обработки заявки и снижение доли ручных операций при сохранении качества данных

B. Количество функций, добавленных в интерфейс системы

C. Объём затрат на приобретение лицензий

D. Число сотрудников, прошедших обучение работе в системе

7. При внедрении CRM-системы выяснилось, что часть данных о туристах обрабатывалась без согласия. Какое требование нарушено?

A. Требования к сертификации программного обеспечения

B. Требования к лицензированию туроператорской деятельности

C. Требования о защите персональных данных, включая получение согласия субъекта

D. Требования к раскрытию информации о туре

Раздел 4. ОПК-4. Информационные технологии в туризме — вопросы 8–9

8. Турист приобретает тур через онлайн-платформу, не получив подтверждения брони и договора в письменной форме. Какое последствие корректно?

A. Электронная форма исключает необходимость договора

B. Обязательства считаются исполненными, так как оплата прошла через платформу

C. Достаточно размещения условий на сайте без персонального уведомления

D. Туроператор несёт риск, поскольку обязательства по информированию и оформлению договора не исполнены надлежащим образом

9. Система онлайн-бронирования туроператора недоступна 6 часов в высокий сезон, что привело к потере заявок. Какая мера управления риском корректна?

A. Снижение цен на период восстановления системы

B. Расширение ассортимента туров для компенсации потерь

C. Усиление рекламы для привлечения новых клиентов

D. Резервирование канала приёма заявок и регламент действий при отказе системы с оценкой потерь

Раздел 5. ОПК-5. Управление и право в туризме — вопросы 10–11

10. Туроператор и турагент заключили договор, где ответственность за качество услуг полностью возложена на агента. Насколько условие корректно?

A.Условие допустимо, так как стороны свободны в договоре

B.Условие ограничивает права потребителя и не может исключать ответственность туроператора перед туристом

C.Условие допустимо, если агент согласовал его письменно

D.Условие допустимо при наличии у агента финансового обеспечения

11. Рейс задержан на 6 часов, турист требует компенсацию. Какая норма приоритетна при международной перевозке?

A. Правила международной воздушной перевозки с учётом ответственности перевозчика за задержку

B. Нормы о защите прав потребителей в части качества туристского продукта

C. Требования к экскурсионному обслуживанию группы

D. Правила оказания гостиничных услуг

Раздел 6. ОПК-6. Качество туристских услуг — вопросы 12–13

12. Турфирма оценивает качество по трём уровням: базовые требования ГОСТ, требования договора и ожидания туриста. Услуга выполнила первые два, но не третье. Какая оценка корректна?

A. Услуга соответствует обязательным требованиям, но не достигнуто превышение ожиданий, что влияет на лояльность, а не на формальное соответствие

B. Услуга не соответствует требованиям, так как ожидания не удовлетворены

C. Услуга не соответствует ГОСТ, поскольку ожидания входят в обязательные требования

D. Ожидания туриста не имеют значения при наличии договора

13. Восемь туристов из 100 подали претензии по одной и той же услуге. Какой вывод корректен?

A. Претензии следует признать необоснованными при отсутствии вины сотрудника

B. Претензии носят единичный характер и не требуют вмешательства

C. Достаточно рассмотреть каждую претензию отдельно без анализа причин

D. Системный характер претензий указывает на дефект процесса, требующий корректирующих действий, а не разовых объяснений

Раздел 7. ОПК-7. Маркетинг и продажи в туризме — вопросы 14–15

14. Туроператор распределяет бюджет: 70% на рекламу, 20% на стимулирование сбыта, 10% на связи с общественностью, при этом конверсия из рекламы упала. Какое решение рационально?

A. Снизить цены для роста спроса без изменения структуры бюджета

B. Увеличить рекламный бюджет для компенсации падения конверсии

C. Сократить бюджет на связи с общественностью, сохранив пропорции

D. Перераспределить бюджет с учётом эффективности каналов по показателю конверсии и стоимости привлечения клиента

15. Клиент поставил на паузу выбор тура, изучив 12 предложений. На каком этапе воронки продаж он находится и какое действие корректно?

A. Этап оценки вариантов; корректно сопровождение с упрощением выбора и снятием возражений

B. Этап осознания потребности; корректна активная реклама нового направления

C. Этап покупки; корректна фиксация брони без дополнительных действий

D. Этап повторной покупки; корректна программа лояльности

Раздел 8. ОПК-8. Экономика туристского предприятия — вопросы 16–17

16. Туроператор имеет выручку 96 млн ₽, переменные издержки 58 млн ₽, постоянные 32 млн ₽. Какое управленческое решение корректно?

A. Компания рентабельна, можно наращивать постоянные издержки

B. Компания убыточна на 6 млн ₽, необходимо снижение постоянных издержек или рост объёма продаж

C. Компания работает на границе безубыточности, вмешательство не требуется

D. Убыток возникнет только при росте переменных издержек

17. Сезонность даёт 70% выручки за 4 месяца. Какая мера наиболее эффективна для стабилизации денежного потока?

A. Диверсификация продукта и развитие межсезонных предложений для выравнивания загрузки и дохода

B. Повышение цен в высокий сезон без изменения продукта

C. Сокращение персонала в межсезонье

D. Увеличение рекламного бюджета в высокий сезон

Раздел 9. ОПК-9. Туристская география — вопросы 18–19

18. Сравниваются две дестинации: первая — 4 000 мест размещения, 60% загрузки, 200 дней; вторая — 2 500 мест, 85% загрузки, 240 дней. Какое заключение корректно?

A. Первая дестинация имеет больший объём размещения, вторая — более высокую интенсивность использования фонда, что указывает на риск дефицита мест

B. Дестинации равны по показателям, так как фонды сопоставимы

C. Вторая дестинация менее загружена, поскольку мест меньше

D. Первая дестинация эффективнее, поскольку загрузка ниже

19. Маршрут проходит через 3 субъекта федерации с разными режимами охраны природных территорий. Что необходимо учесть при проектировании?

A. Отсутствие ограничений при пересечении границ субъектов

B. Преобладающий режим одного субъекта как общий для всего маршрута

C. Единые требования к охране для всех территорий маршрута

D. Различия в правовых режимах охраны по каждому субъекту и согласование прохождения маршрута

Раздел 10. ОПК-10. Знание видов туризма — вопрос 20

20. Тур включает пляжный отдых (5 дней), дайвинг (2 дня) и экскурсии (1 день). Как корректно классифицировать продукт?

A. Пляжный туризм, поскольку он преобладает по длительности

B. Комбинированный продукт с преобладающим рекреационным компонентом и элементами активного и познавательного туризма

C. Активный туризм, так как включает дайвинг

D. Экскурсионный туризм, так как есть познавательная программа

Ключ к правильным ответам

Вопрос	Правильный ответ
1	A
2	A
3	D
4	B
5	B
6	A
7	C
8	D
9	D
10	B
11	A
12	A

13	D
14	D
15	A
16	B
17	A
18	A
19	D
20	B

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ФИНАЛЬНОМУ ЭТАПУ ОИМПИАДЫ 2027

Промпт-инжиниринг и LLM

1. Эль Амри А. GPT-4. Руководство по использованию API OpenAI.-М.: ДМК Пресс, 2024.-274 с.-ISBN 978-5-93700-299-0.
2. Водолазский В.В. Промпт-инжиниринг: практическое руководство.-М.: ЛитРес, 2025.
3. Афанасьева А.В., Кессель К.В. Введение в промпт-инжиниринг [учебный курс] // НИУ ВШЭ, 2025.-URL: https://www.hse.ru/edu/courses/1048942917
4. Рубрика «Промпт-инжиниринг» // PVSM.RU, 2024–2026.-URL: https://www.pvsm.ru/cat/prompt-inzhiniring
5. Ключевое слово «Промпт-инжиниринг» // Russian Linguistic Bulletin, 2024 – 2025.-URL: https://rrlinguistics.ru/journal/keyword/Промпт-инжиниринг

Устойчивый туризм и экотуризм

6. Устойчивое развитие туризма [учебник] / колл. авторов.-М.: ЗК-издат, 2025.
7. Экологический туризм в России: тренды 2024 года // Hotelier.pro, 2024.-URL: https://hotelier.pro/news/item/trendy-ekoturizma-v-2024-godu
8. Состояние экологического туризма в России и его перспективы развития // КиберЛенинка, 2024. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-ekologicheskogo-turizma-v-rossii-i-ego-perspektivy-razvitiya-v-buduschem
9. Афанасьева А.В. Зарубежный опыт управления в сфере экологического туризма: тренды и модели развития // Сервис в России и за рубежом.-2020.-Т. 14, № 3(90).- С. 27–56.
10. Уткина Н.В. Проблемы устойчивого развития туризма и устойчивого туризма в научных исследованиях: библиометрический обзор // КиберЛенинка, 2025. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-ustoychivogo-razvitiya-turizma-i-ustoychivogo-turizma-v-nauchnyh-issledovaniyah-bibliometricheskiy-obzor
11. Ecotourism and sustainable development // НОО Профессиональная наука, 2024.-URL: http://scipro.ru/article/22-02-2024

Аналитика, дашборды, DATA-модели

12. Кожевников Д.В. Аналитика и дашборды для управления продуктом.-М., 2023.
13. Data-Driven туризм: метрики и принятие решений [сборник] // Московский филиал РМАТ, 2024.
14. Walk J. Product Analytics.-2021 (англ.).

ПРИМЕР КЕЙС – ЗАДАНИЕ НА ФИНАЛЬНЫЙ ЭТАП 2027 ГОДА

«Разработка и тестирование ai-промпта для проектирования продукта устойчивого экотуризма с формированием системы аналитики и дашбордов»

Легенда

Вы-AI-продакт-аналитик в туроператорской компании, работающей по заказу АО «Туризм.РФ». Компания выиграла тендер на разработку трёхлетнего проекта развития устойчивого и экологического туризма в Сочи.

Руководство поставило две связанные задачи:

1. Создать промпт для ИИ-ассистента, который спроектирует персонализированный продукт устойчивого экотуризма.
2. Спроектировать систему аналитики (дашборд) для мониторинга эффективности проекта.

Обе задачи должны быть взаимоувязаны: данные из дашборда должны использоваться для донастройки промпта (цикл обратной связи).

Этап 1. Профилирование и сбор data points

Целевая аудитория: активные туристы 25–45 лет, заинтересованные в экологичном отдыхе и приключениях.

Выберите один мотивационный профиль из трёх:

Профиль	Мотивация	Ключевое ограничение
A-«Осознанный исследователь»	Глубокий контакт с природой, минимум следа, научно-познавательный интерес	Готов к спартанским условиям, критична безопасность и экспертный гид
B-«Активный комфорт-турист»	Приключения с комфортом: глэмпинг, SUP, вело, гастрономия	Не готов к отсутствию душа и связи, бюджет > 150 тыс. ₽
C-«Семейный эко-путник»	Показать детям природу, безопасные короткие маршруты, обучение через игру	Нужна инфраструктура, медпункт, детские активности

Составьте таблицу data points (минимум 15 пунктов).

Обязательные категории:

- Поведенческие
- Психографические
- Контекстные
- Финансовые
- Эко-осознанность
- Цифровой след

Дополнительная колонка-«Вес влияния на тур (1–10)»: насколько сильно каждый data point влияет на формирование турпродукта.

Что сдать: таблицу из 15+ строк × 4 колонки (категория / data point / источник / вес).

Этап 2. Написание продакшн-промпта

Напишите промпт для ИИ-ассистента (на русском, 500–800 слов).

Промпт обязательно должен содержать следующие блоки. Если хотя бы одного нет-задание считается невыполненным:

Блок 1. Роль и контекст

Кто ИИ

Какие у него ограничения и зона ответственности

Блок 2. Входные данные

Описание profile объекта (сегмент + дата-поинты из Этапа 1)

Базовые данные о локациях (предоставляются в приложении к кейсу)

Блок 3. Инструкция по анализу

Какой метод/алгоритм ИИ применяет и почему выбран именно он

Обоснование-2–3 предложения

Блок 4. Требование к генерации

Продукт должен содержать все перечисленные компоненты:

Маршрут (дни 1–N) с описанием однодневного экомаршрута

Тип размещения (≥3 варианта)

Активности (с привязкой к профилю)

Питание

Трансфер

Меры экопросвещения (≥3)

«Зелёная» инфраструктура (5–7 элементов)

Финансовая модель (затраты на 3 мес + прогноз прибыли по годам)

Слоган + визуальная концепция (2–3 варианта)

Календарный план на 3 года

Блок 5. Условная логика

Промпт должен содержать минимум 5 ветвлений вида:

«Если data point [название] ≥ [значение] → предложи [вариант], иначе → [вариант]»

Блок 6. Персонализация

Минимум 4 адаптивных параметра, которые меняются в зависимости от данных о туристе. Каждый параметр должен быть явно привязан к конкретному data point из таблицы Этапа 1.

Блок 7. Формат выдачи

Жёсткая структура ответа ИИ: какие заголовки, какие таблицы, в каком порядке.

Блок 8. Confidence score

ИИ должен оценивать уверенность в каждом компоненте ответа (0–100%). В промпте должно быть указано, от чего зависит confidence score.

Блок 9. JSON-слепок тура

Промпт должен требовать генерацию машиночитаемого JSON-представления тура (для передачи в CRM).

Блок 10. Guardrails

Минимум 5 правил-что ИИ не должен делать. Запреты должны быть конкретными, а не общими.

Что сдать: текст промпта с чёткой рубрикацией по блокам 1–10.

Этап 3. Тестирование (симуляция)

Создайте 3 разных входных профиля (data points в формате ключ:значение) и «прогоните» свой промпт через логику:

Ситуация	Что моделируется	Цель теста
1. Полное совпадение	Профиль полностью соответствует выбранному сегменту	Проверить точную персонализацию
2. Противоречивый профиль	Профиль соответствует сегменту, но есть ограничение, не описанное в data points (травма, фобия, аллергия, хроническое заболевание)	Проверить робастность условной логики
3. Экстремальный профиль	Граничные значения data points (максимальный или минимальный бюджет при полярных психографических характеристиках)	Проверить границы применимости промпта

Для каждой ситуации заполните таблицу:

Поле	Содержание
Входной профиль	Data points в формате ключ:значение
Ожидаемый результат	Что должен выдать ИИ (2–3 предложения)
Оценка confidence score	Какие компоненты вызовут неуверенность и почему
Риск сбоя	Что может пойти не так из-за пробела в промпте
Улучшение	Конкретная формулировка правки в промпт

Что сдать: 3 таблицы (по одной на ситуацию).

Этап 4. Проектирование дашборда мониторинга

Спроектируйте аналитический дашборд для мониторинга эффективности разработанного продукта.

4.1 Структура дашборда

Дашборд должен содержать 3 вкладки:

Вкладка	Назначение	Минимум метрик
Бизнес-эффективность	Финансовые и операционные показатели	5

Вкладка	Назначение	Минимум метрик
Экологическая устойчивость	Воздействие на природу	5
Качество персонализации	Как хорошо ИИ попадает в потребности	4

Для каждой метрики укажите:

Название

Единицу измерения

Тип визуализации (график, карточка KPI, gauge, тепловая карта и т.д.)

4.2 DATA-модель

Опишите минимум 5 источников данных для дашборда:

Источник	Какие данные отдаёт	Частота обновления	Формат получения
CRM туроператора	Продажи, клиенты, кастомизации	Ежедневно	REST API, JSON

4.3 Прототип одного экрана

Опишите один любой экран дашборда так, чтобы его можно было передать UX/UI-дизайнеру:

Расположение виджетов

Фильтры

Пороговые значения (красный / жёлтый / зелёный) для каждого KPI

Допускается текстовое описание + таблица или ASCII-схема.

4.4 Цикл обратной связи

Опишите механизм: если дашборд показывает отклонение по метрике-какие изменения в промпт это влечёт?

Приведите 1 конкретный пример по схеме:

«Если метрика [название] выходит за порог [значение] → изменяем в промпте [что именно] → ожидаемый эффект [какой]»

Что сдать: 4 подраздела (4.1–4.4).

Этап 5. Финальная версия промпта + письменная защита

5.1 Финальная версия промпта

С учётом тестирования (Этап 3)-исправленная финальная версия промпта.

Если есть изменения-выделите их подсветкой или комментариями

Если изменений нет-письменное обоснование: «промпт робастен, потому что...» (не менее 100 слов)

5.2 Письменная защита решения

Объём-до 1000 слов. Структура:

Какая проблема решена (1 абзац)

Почему выбран именно такой промпт-сравнение минимум с 1 альтернативой (2 - 3 абзаца)

Результаты тестирования-сводная таблица confidence scores по 3 ситуациям

Как работает связка «промпт → дашборд → донастройка промпта» (1–2 абзаца)

Экономическое обоснование-ожидаемый ROI от внедрения промпта (во сколько раз сократит время проектирования, сколько дополнительных туров продаст)

Риски и их покрытие - минимум 2 риска с конкретными контрмерами

Что сдать: исправленный промпт + текст защиты.

Критерии оценки (100 баллов)

Этап 1 — Data points (10 баллов)

Критерий	Баллы
≥15 пунктов, все 6 категорий заполнены	0–3
Источники данных реалистичны и конкретны	0–3
Колонка «Вес влияния» обоснована (нет явных противоречий)	0–4

Этап 2 — Промпт (30 баллов)

Критерий	Баллы
Чёткая роль + контекст + ограничения	0–4
Полнота требований к генерации (все 10 компонентов)	0–6
Условная логика (≥5 ветвлений, корректные if-else)	0–6
Персонализация (≥4 параметра)	0–4
Confidence score (упоминание + логика расчёта)	0–3
JSON-слепок тура (описан или показан пример)	0–3
Guardrails (≥4 правила, отсутствие шаблонов)	0–4

Этап 3 — Тестирование (20 баллов)

Критерий	Баллы
3 ситуации, все профили заданы корректно	0–4
Expected vs Risk — реалистично, не надумано	0–6
Оценка confidence score по компонентам	0–4
Качество предложенных улучшений	0–6

Этап 4 — Дашборд (25 баллов)

Критерий	Баллы
3 вкладки, все метрики осмысленны	0–6
DATA-модель (≥5 источников, форматы, частота)	0–5
Прототип экрана (детально, передаваемо дизайнеру)	0–6
Пороговые значения (красный/жёлтый/зелёный)	0–4
Цикл обратной связи (конкретный пример)	0–4

Этап 5 — Финал + защита (15 баллов)

Критерий	Баллы
Финальная версия промпта, diff/обоснование	0–5
Качество защиты (логика, ROI, риски)	0–6
Общее оформление, читаемость, отсутствие воды	0–4

Итого: 100 баллов

Шкала оценок

Баллы	Оценка
90–100	Золото
75–89	Серебро
60–74	Бронза
45–59	Дипломант
менее 45	Не прошёл

Формат сдачи

- Один PDF-файл, строго по этапам (1 → 2 → 3 → 4 → 5)
- Разрешены: таблицы, блок-схемы (ASCII/Mermaid), кодоподобные блоки для промпта и JSON
- Прототип дашборда — текстовое описание + таблица расположения виджетов (можно ASCII-схему)

- Объём: до 3000 слов / 12–15 страниц (без приложений)
- Время выполнения: 4–5 часов (олимпиадный формат — 1 полный день или 2 захода)

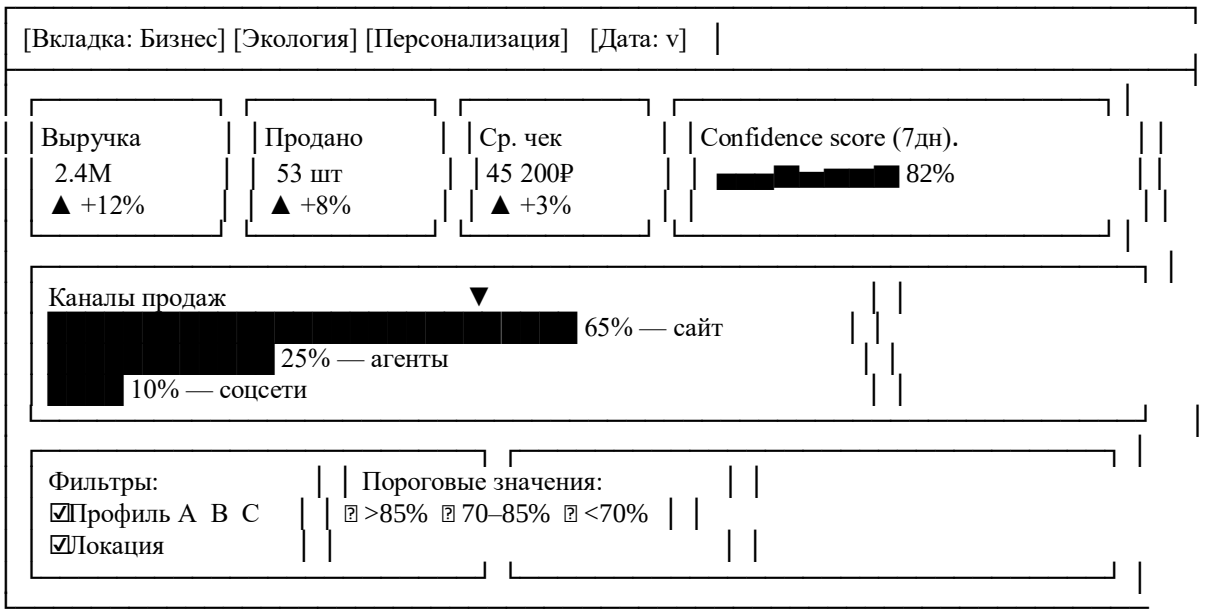
Приложение 1. Базовые данные о локациях

Локация	Особенности	Доступность	Потенциал	CO_2-ёмкость (кг/тур)	Max туристов/день
Сочинский национальный парк	Реликтовые леса, водопады, маркированные тропы	Высокая (вход через КПП)	Пешие маршруты, эко-тропы, фототура	2.5	500
Кавказский биосферный заповедник	ЮНЕСКО, эндемики, зубры, высокогорье	Ограниченная (только с гидом)	Научный туризм, волонтёрство, треккинг	1.8	50
Черноморское побережье + горные реки	SUP, каякинг, пляжи, дельфины	Свободный	SUP-экотур, веломаршруты	3.2	1000

Приложение 2. Пример JSON-слепка тура (для справки)


```
{
  "tour_id": "ECO-SOCHI-001",
  "profile": "A",
  "confidence_score": 87,
  "days": [
    {
      "day": 1,
      "location": "Сочинский национальный парк",
      "route": "Тропа \"33 водопада\"",
      "distance_km": 12,
      "elevation_m": 350,
      "activity": "пеший поход с гидом-орнитологом",
      "eco_impact_kg_co2": 2.1
    }
  ],
  "accommodation": "эко-лодж \"Лесной\"",
  "total_cost_rub": 45000,
  "sustainability_score": 92
}
```

Приложение 3. Пример прототипа дашборда (ASCII)



Приложение (выдаётся участнику)

Локация	Особенности	Доступность	Max туристов/день
Сочинский национальный парк	Реликтовые леса, водопады, маркированные тропы	Высокая, вход через КПП	500
Кавказский биосферный заповедник	ЮНЕСКО, эндемики, зубры, высокогорье	Ограниченная, только с гидом	50
Черноморское побережье + горные реки	SUP, каякинг, пляжи, дельфины	Свободный доступ	1000

Критерии оценки (100 баллов)

Этап 1. Data points-10 баллов

Критерий	Баллы
Наличие 15+ пунктов, все 6 категорий заполнены	0–3
Каждый data point имеет реалистичный источник (где взять / как измерить)	0–3
Колонка «Вес влияния» проставлена и не содержит логических противоречий	0–4

Этап 2. Промпт-30 баллов

Критерий	Баллы
Присутствуют все 10 обязательных блоков	0–4
Полнота требований к генерации (все 10 компонентов продукта перечислены)	0–5
Условная логика: ≥5 корректных ветвлений if-else	0–5
Персонализация: ≥4 параметра, каждый привязан к конкретному data point	0–4
Confidence score: описан принцип расчёта	0–3
JSON-слепок: требование присутствует, формат описан	0–3
Guardrails: ≥5 конкретных запретов	0–3
Язык и стиль: промпт читаем, нет противоречий, объём 500–800 слов	0–3

Этап 3. Тестирование-20 баллов

Критерий	Баллы
Присутствуют все 3 ситуации	0–3
Для каждой ситуации заполнены все 5 полей таблицы	0–5
Ожидаемый результат и риск сбоя реалистичны, не надуманы	0–5
Предложенные улучшения конкретны (можно сразу внести в промпт)	0–4
Оценка confidence score обоснована, а не «по ощущениям»	0–3

Этап 4. Дашборд-25 баллов

Критерий	Баллы
3 вкладки, все метрики осмысленны и измеримы	0–5
DATA-модель: ≥5 источников, указаны формат и частота обновления	0–5
Прототип экрана детальный, передаваем UX-дизайнеру	0–5
Пороговые значения (красный/жёлтый/зелёный) указаны для всех KPI	0–5
Цикл обратной связи: конкретный пример с указанием, что и почему меняется в промпте	0–5

Этап 5. Финал + защита-15 баллов

Критерий	Баллы
Финальная версия промпта представлена, изменения подсвечены (или есть обоснование робастности)	0–4
Защита содержит все 6 обязательных разделов	0–4
Экономическое обоснование (ROI) содержит численные оценки	0–3
Риски сформулированы конкретно, контрмеры реалистичны	0–2
Общее оформление, грамотность, отсутствие «воды»	0–2

Итого: 100 баллов

Шкала оценок

Баллы	Результат
90–100	Золото
75–89	Серебро
60–74	Бронза
45–59	Дипломант

Баллы	Результат
< 45	Не прошёл

Формат сдачи
Один PDF-файл, этапы 1 → 2 → 3 → 4 → 5 (строго по порядку)
Разрешены: таблицы, блок-схемы, Mermaid-диаграммы, кодоподобные блоки
Прототип дашборда: текстовое описание + таблица или ASCII-схема
Объём: до 3000 слов / 12–15 страниц (без учёта приложений)
Время выполнения: 3 часа