

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение инклюзивного высшего образования

**«Российский государственный  
университет социальных технологий»  
(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)**

---

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по образовательной  
деятельности  
Е.В. Богдалова



2026 г.

**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО  
ОСНОВАМ ТУРИЗМА**

**(УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)**

(для вступительных испытаний, проводимых университетом  
самостоятельно)

Москва  
2026

## **Структура программы**

1. Пояснительная записка
2. Содержание программы по основным разделам
3. Структура и порядок проведения вступительного испытания
4. Критерии оценивания результатов вступительного испытания.  
Шкалирование результатов вступительного испытания
5. Список рекомендуемой литературы при подготовке к вступительному испытанию
6. Демонстрационная версия вступительного испытания «Основы туризма»

## **1. Пояснительная записка**

Программа общеобразовательного вступительного испытания для бакалавриата по основам туризма сформирована на основе федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования группы 43.00.00 Сервис и туризм.

Поступающие должны демонстрировать представления о современном состоянии, основных понятиях, видах, функциях туризма, а также об основах организации туристской деятельности и её правовом регулировании.

**Цель вступительного испытания** - определить готовность и возможности поступающего к овладению программой по направлениям 43.03.02 «Туризм».

### **Задачи:**

1. Выявление знаний по основным теоретическим основам, видам и классификациям туризма.
2. Определение понимания структуры туристской индустрии и функций её основных субъектов.
3. Выявление знаний в области нормативно-правового регулирования туристской деятельности, безопасности в туризме и основ туристского проектирования.

## **2. Содержание программы вступительного испытания**

### **Тема 1. Сущность, история и нормативные основы туризма.**

Туризм: понятие, сущность и основные категории. Определения туризма (статистическое, экономическое, социальное). Ключевые понятия: турист, экскурсант, посетитель. Признаки туризма: временной, пространственный, мотивационный.

Происхождение и этапы исторического развития туризма. Путешествия в древнем мире, паломничество, гран-туры. Зарождение организованного туризма (Т.Кук). Этапы развития туризма в XX-XXI веках.

Виды и формы туризма: классификации. Классификации по направленности (выездной, въездной, внутренний), по цели (рекреационный, деловой, лечебный и др.), по способу организации (организованный, самодеятельный), по продолжительности.

Нормативно-правовая база туристской деятельности. Законодательство о туризме (ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»). Международные конвенции и соглашения. Права и обязанности туриста и туроператора.

### **Тема 2. Туристский рынок: структура, спрос и предложение.**

Туристский рынок: понятие, структура и особенности. Туризм как

сложная социально-экономическая система. Субъекты рынка: производители, посредники, потребители туристских услуг. Специфика туристского продукта (неосызаемость, неразрывность производства и потребления).

Туристский спрос: факторы формирования и динамика. Экономические, социально-демографические, психологические и политические факторы спроса. Эластичность спроса в туризме. Конъюнктура туристского рынка.

Туристское предложение: структура и формирование. Совокупность туристских услуг, товаров и работ. Производители услуг: средства размещения, транспортные компании, предприятия питания, досуга и др.

Конкуренция на туристском рынке и конкурентные стратегии. Типы конкурентных структур. Методы конкурентной борьбы. Особенности ценообразования и продвижения в туризме.

### **Тема 3. Туристский продукт как комплексная услуга.**

Туристский продукт: понятие, сущность и уровни. Трехуровневая модель: ядро (основная выгода), фактический продукт (услуги, бренд, качество), дополненный продукт (дополнительные услуги, гарантии).

Формирование и проектирование туристского продукта (тура). Этапы разработки тура: маркетинговое исследование, заключение договоров, формирование программы, калькуляция стоимости, выпуск каталога/описания.

Жизненный цикл туристского продукта. Стадии: внедрение, рост, зрелость, насыщение, спад. Особенности жизненного цикла туристских дестинаций. Стратегии маркетинга на каждом этапе.

Качество и безопасность туристского продукта. Понятие качества в сфере услуг. Стандартизация и сертификация услуг. Обеспечение безопасности туристов (информационная, физическая, финансовая). Система страхования в туризме.

### **Тема 4. Инфраструктура туризма и ключевые услуги.**

Инфраструктура туризма: понятие и состав. Классификация: производственная (транспорт, средства размещения, питания) и социальная (торговля, развлечения, информационное обеспечение) инфраструктура.

Средства размещения: классификация и особенности функционирования. Гостиницы и аналогичные средства размещения. Классификация (звездность, типы). Специализированные средства размещения (хостелы, кемпинги, турбазы).

Транспортное обеспечение в туризме. Роль и виды транспорта (авиационный, железнодорожный, автобусный, водный, автомобильный).

Логистика в организации туров. Транспортные тарифы и системы бронирования.

Предприятия питания и индустрия развлечений в туризме. Классификация предприятий питания. Анимация как инструмент повышения привлекательности туристского продукта. Музеи, тематические парки, ивент-мероприятия.

### **Тема 5. География туризма и туристские регионы.**

География туризма как научная дисциплина. Предмет, методы и задачи. Факторы, влияющие на развитие туризма в регионе: природно-рекреационные, культурно-исторические, социально-экономические.

Туристско-рекреационное районирование мира. Ключевые принципы. Основные туристские макрорегионы мира по классификации Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

Туристские ресурсы: понятие, классификация и оценка. Природные и антропогенные ресурсы. Критерии оценки: аттрактивность, доступность, потенциал использования, устойчивость.

Туристская дестинация: сущность и управление. Концепция дестинации. Модель управления дестинацией. Брендинг территорий и создание уникального торгового предложения (УТП).

### **Тема 6. Экономика туризма и отраслевое значение.**

Экономическая сущность туризма и его макроэкономическое значение. Туризм как многопрофильная отрасль экономики. Прямое, косвенное и индуцированное влияние туризма на ВВП, занятость, развитие регионов.

Туристский баланс страны и его структура. Платежный баланс и статья «туризм». Влияние туристских потоков на экономику страны (реципиента и донора).

Ценообразование и калькуляция туристского продукта. Структура цены тура: прямые и косвенные затраты, накладные расходы, прибыль, комиссия агента. Виды туристских тарифов.

Эффективность туристской деятельности: показатели и методы оценки. Ключевые показатели эффективности (КП) для предприятий индустрии туризма: загрузка (отелей, транспорта), средний чек, доход на номер и др.

### **Тема 7. Маркетинг в туризме и продвижение дестинаций.**

Специфика маркетинга в сфере туризма. Особенности маркетинга услуг, применительно к туризму. Комплекс маркетинга (7Р) в туризме: продукт, цена, место, продвижение, люди, процесс, физическое окружение.

Маркетинговые исследования туристского рынка. Цели, методы и

источники информации. Анализ потребительского поведения и сегментация туристского рынка. Позиционирование турпродукта и дестинации.

Инструменты продвижения в туризме. Реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи. Особенности диджитал-маркетинга: SEO, контекстная реклама, маркетинг в социальных сетях (SMM), работа с блогерами.

Формирование туроператорского каталога и работа с турагентской сетью. Роль печатных и электронных каталогов. Технологии франчайзинга в туризме. Системы мотивации и обучения агентов.

### **Тема 8. Технологии и организация туроператорской деятельности.**

Туроператорская деятельность: понятие, виды и функции. Классификация туроператоров (по направлению, по месту в сбыте, по типу продукта). Функции: производственная, сервисная, организаторская, методическая.

Технология формирования и реализации тура. Этапы: исследование и планирование, формирование, продвижение и продажа, исполнение и послепродажное обслуживание. Работа с контрагентами.

Договорные отношения в туристской деятельности. Договор с клиентом (договор реализации туристского продукта). Договоры с контрагентами (гостиницами, перевозчиками, страховщиками). Агентские договоры.

Финансовые гарантии и ответственность туроператора. Законодательные требования к финансовому обеспечению (банковская гарантия, договор страхования ответственности). Единый федеральный реестр туроператоров.

### **Тема 9. Технологии и организация турагентской деятельности.**

Турагентская деятельность: сущность, роль и правовые основы. Отличия туроператора и турагента. Функции турагента: консультационная, информационная, посредническая.

Процесс продажи туристского продукта в офисе турагента. Технология продаж: выявление потребностей, презентация тура, работа с возражениями, завершение сделки. Психология обслуживания клиентов.

Бронирование туристских услуг: системы и технологии. Глобальные дистрибуторские системы: Amadeus, Galileo, Sabre. Системы онлайн-бронирования (Посуточно, Островок, прямые сайты отелей). Выписка электронных билетов.

Документооборот в турагентстве. Комплект документов для туриста: договор, ваучер, памятка, страховой полис. Правила работы с персональными данными. Архивация документов.

## **Тема 10. Менеджмент в индустрии туризма.**

Менеджмент туристской организации: особенности и функции. Применение общих функций менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль) в сфере услуг. Специфика управления персоналом в гостеприимстве.

Организационная структура туристского предприятия. Типы структур (линейная, функциональная, матричная) в туроператорской и турагентской компаний. Управление проектами в туризме (организация событий, запуск новых направлений).

Управление качеством услуг в туризме. Международные стандарты качества ISO в сфере услуг. Концепция «моментов истины» в обслуживании. Обратная связь от клиентов и работа с репутацией (отзывы).

Информационные технологии в управлении туристским бизнесом. Автоматизированные системы управления для отелей, бэк-офис системы для туроператоров). CRM-системы. Аналитика больших данных в туризме.

## **Тема 11. Международный туризм и межкультурная коммуникация.**

Международный туризм: сущность, тенденции и регулирование. Роль международных организаций (ЮНВТО, ИКАО, IATA). Визовые формальности и таможенные правила. Тенденции глобализации и безопасности.

Межкультурная коммуникация в туризме. Культурные различия и их учет в обслуживании туристов. Модель культурных измерений Г. Хофтеде. Правила этикета и невербальной коммуникации в разных странах.

Особенности приема и обслуживания иностранных туристов. Технология въездного туризма. Требования к гидам-переводчикам. Создание безбарьерной среды для туристов с ограниченными возможностями.

Деловой туризм (MICE-индустрия). Структура MICE: встречи, поощрительные мероприятия, конференции, выставки/события. Особенности организации и экономическое значение.

## **Тема 12. Актуальные тенденции и устойчивое развитие туризма.**

Концепция устойчивого развития в туризме. Принципы устойчивого туризма (экологическая, социально-культурная и экономическая устойчивость). Сертификация «зеленых» отелей и туроператоров.

Специальные виды и современные формы туризма. Экотуризм, гастрономический, сельский (агротуризм), велнес- и медицинский туризм, темный туризм. Тенденция индивидуализации и персонализации путешествий.

Влияние глобальных вызовов на индустрию туризма. Пандемии, экономические кризисы, изменение климата, geopolитическая нестабильность. Концепции антихрупкости и восстановления.

Будущее индустрии туризма: технологии и новые модели. Роль искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности, мобильных приложений. Шеринг-экономика и ее влияние. Трансформация профессий в туризме.

### **3. Структура и порядок проведения вступительного испытания**

Вступительные испытания проводятся на русском языке.

Организация проводит вступительные испытания очно и (или) с использованием дистанционных технологий (при условии идентификации поступающих при сдаче ими вступительных испытаний).

Вступительное испытание проводится в соответствии с утвержденным расписанием.

Подготовка и проведение вступительного испытания осуществляется экзаменационной комиссией, назначенной приказом ректора Университета.

Вступительное испытание проводится в форме теста.

Пример тестов для вступительного испытания см. в разделе 6 данной программы. Вариант теста для групп (потока) выдается председателю экзаменационной комиссии в день проведения испытания.

Продолжительность вступительного испытания 2 академических часа (90 мин).

Особенности проведения экзамена для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья установлены правилами приема ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех».

На экзамен поступающий должен прибыть с документом, удостоверяющим личность.

Работы поступающих оформляются на листах, выдаваемых экзаменационной комиссией (необходимое количество листов предоставляетя экзаменационной комиссией). Возможно заполнение электронных бланков тестовых заданий.

На экзамене ЗАПРЕЩЕНО использование справочной литературы и мобильных средств связи. Поступающему разрешается иметь при себе ручку с пастой синего цвета.

В случае, если кандидат не наберет минимального количества баллов, считается, что экзамен он не сдал и в конкурсный список не включается. Пересдача вступительного испытания с целью повышения баллов не допускается.

Лица, не прошедшие вступительное испытание по уважительной причине (болезнь или иные обстоятельства, подтвержденные документально), допускаются к сдаче вступительного испытания в другой группе или в резервный день.

Результаты вступительного испытания объявляются на официальном сайте Университета не позднее третьего рабочего дня после проведения вступительного испытания.

По результатам вступительного испытания, проводимого Университетом самостоятельно, поступающий имеет право подать в организацию апелляцию о нарушении, по мнению поступающего, установленного порядка проведения вступительного испытания и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов вступительного испытания.

Правила подачи и рассмотрения апелляций устанавливаются Университетом.

#### **4. Критерии оценивания результатов вступительного испытания.**

##### **Шкалирование результатов вступительного испытания**

Вступительное испытание, проводимое Университетом самостоятельно, проводится в форме теста.

Тест содержит 38 заданий, соответствующих содержанию программы.

Результаты вступительного испытания в форме тестирования оцениваются по 100-балльной шкале, где максимальный балл – 100, минимальный балл - 45.

За каждое правильное решение с 1 по 35 задание включительно начисляется по 2 (два) балла, за 36-38 задание – по 10 (десять) баллов.

По результатам вступительного испытания определяются баллы:

45 — 100 баллов — удовлетворительные результаты вступительного испытания.

0 — 44 баллов — неудовлетворительные результаты вступительного испытания.

#### **5. Список рекомендуемой литературы при подготовке к вступительному испытанию**

##### **Основная:**

1. Боголюбов, В.С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512992>.
2. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014917-2. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179094>.
3. Менеджмент в туризме : учебное пособие / П.В. Большаник, А.Т.

- Джураев, Н.У. Махмудова, Ё.Д. Холов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2132108. - ISBN 978-5-16-019645-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2132108>.
4. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544097>.
5. Экономика и предпринимательство в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / под общ. ред. И.Ф. Игнатьевой, И.Н. Чурилиной. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 207 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1900972. - ISBN 978-5-16-017981-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1900972>. — Режим доступа: по подписке.
- Дополнительная:**
1. Туризм : словарь / под ред. д-ра экон. наук, проф. М.А. Морозова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 300 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). — DOI 10.12737/987201. - ISBN 978-5-16-014476-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2142446>.
2. Новолодская, Г. И. Туropраторская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144487>.
3. Савина, Н. В. Туropерейтинг : учебное пособие / Н. В. Савина. - Минск : РИПО, 2022. - 264 с. - ISBN 978-985-895-055-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2173858>.
4. Скобкин, С. С. Практика гостиничного и туристического менеджмента : учебное пособие / С. С. Скобкин, Л. А. Попов, А. П. Ковальчук. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 352 с. - ISBN 978-5-9776-0557-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2081757>.
5. Чудновский, А. Д. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства : учебное пособие / А. Д. Чудновский, Ю. М. Белозерова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0502-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1843593>.
6. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов

бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. к.э.н., доцента Т. В. Харитоновой ; д.э.н., профессора А. В. Шарковой. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 308 с. - ISBN 978-5-394-05198-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082470>.

## **6. Демонстрационная версия испытания**

- 1. Туризм – это:**
  - а) временная миграция населения с целью отдыха;
  - б) временные выезды граждан с постоянного места жительства с различными целями без занятия оплачиваемой деятельностью;
  - в) любая поездка за границу;
  - г) вид спорта.
  
- 2. Въездной туризм – это:**
  - а) путешествия граждан внутри своей страны;
  - б) путешествия граждан одной страны в другую страну;
  - в) путешествия нерезидентов в пределах данной страны;
  - г) деловые поездки.
  
- 3. К туроператорской деятельности относится:**
  - а) продажа готовых туров клиентам;
  - б) формирование, продвижение и реализация туристского продукта;
  - в) только бронирование гостиниц;
  - г) предоставление экскурсионных услуг.
  
- 4. Финансовое обеспечение ответственности туроператора в России – это:**
  - а) уставный капитал;
  - б) банковская гарантия или договор страхования ответственности;
  - в) личные средства руководителя;
  - г) страховой полис туриста.
  
- 5. К природным туристским ресурсам НЕ относится:**
  - а) национальный парк;
  - б) горный массив;
  - в) музей-заповедник;
  - г) бальнеологический курорт.

**Разработчик:**

канд. пед. наук, доцент,  
зав. кафедрой экономики и  
управления



B.V. Фещенко

**Заведующий кафедрой  
экономики и управления**

канд. пед. наук, доцент



B.V. Фещенко

**Декан факультета**

**экономики:**

канд. юрид. наук, доцент



P.M. Хакимов