

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

до проходження технологічної практики  
(з організації екскурсійної діяльності)

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм  
навчання зі спеціальності 242 – Туризм)*

**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2022**

Методичні рекомендації до проходження технологічної практики (з організації екскурсійної діяльності) (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242 – Туризм) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : М. М. Покогодна, А. А. Рябєв, В. Д. Холодок. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 24 с.

Укладачі: канд. географ. наук, доц. М. М. Покогодна,  
канд. екон. наук, доц. А. А. Рябєв,  
канд. наук з держ. управління В. Д. Холодок

Рецензент

**В. В. Абрамов**, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

*Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства,  
протокол № 12 від 16 лютого 2022 року*

## ЗМІСТ

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ.....	4
2 ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	6
3 СТРУКТУРА ПРАКТИКИ.....	8
4 МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ ПРАКТИКИ.....	9
5 ПІДГОТОВКА ЗВІТУ З ПРАКТИКИ.....	22
ДОДАТОК А.....	23

## 1 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Мета практики – розвинути у студентів здатність аналізувати екскурсійний потенціал території, здійснювати моніторинг, аналізувати та інтерпретувати туристську інформацію, розробляти, документально оформлювати, організовувати та проводити екскурсії відповідно до вимог диференційованого підходу.

Завдання практики:

1. Навчитися проводити аналіз ринку екскурсійних послуг, збирати ринкову інформацію, структурувати, інтерпретувати та вміти представляти отримані результати.

2. Опанувати технологічні схеми роботи туристсько-екскурсійного підприємства по наданню екскурсійних послуг.

3. Знати послідовність технологічних етапів створення нового екскурсійного продукту на підприємствах – суб'єктах туристичного бізнесу.

4. Опанувати послідовність технологічних етапів створення нового екскурсійного продукту на підприємствах – суб'єктах туристичного бізнесу.

Місце проходження практики – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму», туристсько-екскурсійні підприємства м. Харків.

Практика безпосередньо спирається на ОК 15 «Організація екскурсійної діяльності», ОК 15.1 Курсова робота «Організація екскурсійної діяльності».

В результаті проходження практики студенти досягають таких програмних результатів навчання:

ПРН 10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПРН 15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

ПРН 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПРНВ 32. Уміння збирати, обробляти, аналізувати та систематизувати довідкові матеріали та іншу інформацію з туризму, узагальнювати вітчизняний і закордонний досвід з питань туристичної і рекреаційної діяльності.

Методи навчання – менторство, коучинг, інструктаж, демонстрація, аналіз, синтез, практичне проведення екскурсії.

## 2 ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Головною метою роботи студентів є систематизація теоретичних знань та опанування практичних навичок щодо технології та основних функціональних напрямків робіт з організації екскурсійного обслуговування на туристичних підприємствах.

Проходження практики передбачає глибоке ознайомлення студентів з технологічними схемами роботи діючих туристсько-екскурсійних підприємств шляхом проходження на них стажування (очного або дистанційного).

Така робота включає вивчення питань з організації менеджменту контролю, рекламної діяльності асортиментної пропозиції щодо роботи екскурсійних відділів підприємств.

Самостійна робота на практиці включає такі форми:

- вивчення асортименту екскурсійних підприємств;
- дослідження схеми взаємодії та обов'язків працівників екскурсійного відділу;
- вивчення договірної бази підприємства;
- дослідження технології надання екскурсійних послуг;
- опанування технології створення нових екскурсійних продуктів.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:

- оцінювання роботи і навичок студентів в окремих змістових модулях;
- складання поточного контролю знань і навичок за змістовими модулями;
- захист звіту з практики.

Поточне оцінювання знань студентів здійснюється під час проходження змістових модулів і має на меті перевірку рівня виконання студентом конкретних видів робіт. Об'єктами поточного контролю є: активність та

результативність роботи студента щодо використання отриманих теоретичних знань в практичних ситуаціях.

Методи поточного контролю:

- захист аналітичної та оціночної роботи;
- перевірка навичок зі складання методичної розробки екскурсії;
- практична перевірка умінь і навичок з використання методичних прийомів показу, розповіді, техніки ведення екскурсії;

Підсумковий контроль – у формі захисту звіту з практики.

Підсумкова оцінка з технологічної практики визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю.

### 3 СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

**Змістовий модуль 1 Дослідження ринку екскурсійних послуг.** Для виконання завдання студенти об'єднуються в робочі групи по 3–5 осіб та проводять аналіз екскурсійних пропозицій в Харківському регіоні (тобто беруть до аналізу лише ті підприємства, які територіально знаходяться в Харківському або будь якому іншому регіоні України або іншої держави).

Також в цьому модулі передбачено проведення споживчої оцінки зручності та інформативності інтернет-ресурсів досліджуваних туристсько-екскурсійних підприємств.

**Змістовий модуль 2 Розробка методичної документації екскурсійного маршруту.**

**Змістовий модуль 3 Захист екскурсії.** Захист екскурсії проходить у вигляді проведення учбової екскурсії. Післяекскурсійна робота, обчислення вартості екскурсійного маршруту, розробка рекламного буклету (табл. 1, табл. 2).

Таблиця 1 – Структура практики: розподіл часу

Змістові модулі	Кількість годин		
	усього*	на базі практики	самостійна робота
<b>МОДУЛЬ (семестр)</b>	120	60	60
<b>Змістовий модуль 1</b>	35	20	15
<b>Змістовий модуль 2</b>	35	20	15
<b>Змістовий модуль 3</b>	35	20	15
<b>Підсумковий контроль</b>	15	–	15

Таблиця 2 – Структура практики: розподіл балів

Змістові модулі	Максимальна кількість балів
<b>МОДУЛЬ (семестр)</b>	100
<b>Змістовий модуль 1</b>	20
<b>Змістовий модуль 2</b>	20
<b>Змістовий модуль 3</b>	20
<b>Підсумковий контроль</b>	40



## 4 МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ ПРАКТИКИ

### Змістовий модуль 1 Дослідження ринку екскурсійних послуг

Для виконання завдання студенти об'єднуються в робочі групи по 3–5 осіб та проводять аналіз екскурсійних пропозицій в Харківському регіоні. Для цього кожна група складає аналітичну таблицю в стовпчиках якої міститься інформація по тематиці екскурсій з розподілом на міські, в межах області та поза межами області, а в боковому – назви діючих підприємств. В клітинках перетину заноситься інформація щодо назви екскурсії та її вартості на одну особу (рекомендується складати таблицю в форматі Excel або Google таблиць). Зразок таблиці представлений на рисунку 1. Для досягнення об'єктивності результатів кожна група аналізує не менше ніж 15 підприємств. Складену таким чином таблицю аналізують за наступним планом:

1. Розподіл підприємств за кількістю екскурсійних пропозицій (наприклад, з малим, середнім та широким вибором). Для представлення результатів варто скласти окрему таблицю зразок якої представлено нижче (табл. 3).

Таблиця 3 – Розподіл підприємств по кількості пропозицій

Підприємства з малим вибором (до 10 екскурсій)	Підприємства з середнім вибором (до 11– 20 екскурсій)	Підприємства з широким вибором (21 і більше екскурсій)
Назва підприємства (кількість пропозицій в шт.)	Назва підприємства (кількість пропозицій в шт.)	Назва підприємства (кількість пропозицій в шт.)
...	...	...
Сумарне значення кількості підприємств даної групи	Сумарне значення кількості підприємств даної групи	Сумарне значення кількості підприємств даної групи

Назва підприємства	м. Харків							Харківська область							Поза межами Харківської області								
	Оглядові	Тематичні							Оглядові	Тематичні							Оглядові	Тематичні					
Історичні		Природознавчі	Літературні	Релігійні	Мистецтвознавчі	Архітектурно-містобудівні	Виробничі	Історичні		Природознавчі	Літературні	Релігійні	Мистецтвознавчі	Архітектурно-містобудівні	Виробничі	Історичні		Природознавчі	Літературні	Релігійні	Мистецтвознавчі	Архітектурно-містобудівні	Виробничі
Підприємство 1 « _____ »	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	
Підприємство ... « _____ »	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	
Підприємство 15 « _____ »	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	-	-	Назва (ціна)	-	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	Назва (ціна)	
Сума	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	

Рисунок 1 – Аналіз ринку туристсько-екскурсійних послуг Харківського регіону

Варто зазначити, що цей розподіл не є остаточним, він є лише рекомендованим і показується як приклад. Студенти мають самостійно обрати та відповідно назвати групи підприємств та визначитися з їх розподілом в залежності від кількості пропозицій виходячи з отриманих даних. Кількість груп може бути збільшена та мати власні назви. Для наочності сприйняття отриманих результатів рекомендується графічно їх представити у вигляді діаграми та зробити відповідні висновки (які туристсько-екскурсійні підприємства переважають за розміром пропозиції).

2. Виявлення в кожній з територіальних груп (місто Харків, область та поза межами області) найпоширеніших по кількості за тематикою екскурсійних пропозицій та найменш розповсюджених. Можливо ці відомості так само оформити у вигляді стовпчастих діаграм для кожної з територіальних груп (таким чином кількість діаграм становить 3 – місто Харків, область та поза межами області; в стовпчиках показується кількість екскурсій за тематичними групами по всіх підприємствах це строка «сума» в таблиці 1 – оглядові, історичні, природознавчі, літературні, релігійні, мистецтвознавчі, архітектурно-містобудівні, виробничі) та описати отримані результати.

3. Виявлення в кожній з тематичних груп найрозповсюдженіших та ексклюзивних пропозицій. Виходячи з рисунку 1 потрібно в кожній з тематичних груп (історичні, природознавчі, літературні, релігійні, мистецтвознавчі, архітектурно-містобудівні, виробничі) в усіх підгрупах (місто Харків, область та поза межами області) обрати теми екскурсій, які є ідентичними і зустрічаються у декількох підприємств одночасно хоча і можуть мати різні назви і навпаки визначити ексклюзивні пропозиції. Описати отримані результати з позначенням назв екскурсій.

4. Аналіз цінових розбіжностей на екскурсійні послуги однакових груп. Даний аналіз проводиться так само в територіальному та тематичному розрізі і має описову форму, крім загального аналізу цін в межах від ....до, грн, на одну особу особливо доречним буде порівняння рівня цін на аналогічні екскурсійні

пропозиції виявлені в п.3 аналізу.

Результати даної частини звіту з практики оформлюють у вигляді її підрозділу в документі звичайного формату та доповнюють описову частину рекомендованим графічним матеріалом в якості додатків до звіту прикріплюють посилання на Google таблицю або прикріплюють таблицю в форматі Excel.

Другою частиною аналітичної роботи студентів в даному модулі є «Оцінка споживчих властивостей Інтернет сайтів туристсько-екскурсійних підприємств». Ця робота також виконується в груповій формі, а оцінці підлягають не менш ніж 15 сайтів.

Для проведення оцінки студенти повинні розробити:

1. Низку критеріїв для оцінки сайтів з обґрунтуванням обрання певних критеріїв. Наприклад, це можуть бути наступні критерії: зручність пошуку інформації про турпідприємство або зручність пошуку сайту конкретного турпідприємства; зручність користуванням сайтом; ступінь комфортності кольорового рішення сайту; ступінь розкриття інформації про екскурсійні пропозиції (їх опис та характеристики), можливість он-лайн бронювання та/або придбання екскурсії тощо;

2. Розробити шкалу оцінювання сайту турпідприємства з обґрунтуванням її розміру (тобто кількість балів та їх обґрунтування, наприклад 0 – за цим критерієм оцінити сайт неможливо через наприклад відсутність такої послуги; 1 – незадовільно; 2 – низький рівень; 3 – задовільно; 4 – добре; 5 – відмінно);

3. Розробити оціночну анкету (з використанням відповідних вимогб вступна вітальна частина, пояснення критеріїв, визначення приблизного часу для заповнення, власне питання та подяка за участь) та запропонувати механізм проведення оцінки (наприклад це може бути: усне індивідуальне опитування респондентів з записом їх відповідей інтерв'юером; письмове опитування через надсилання паперових анкет респондентам; опитування шляхом заповнення Google-форми )

4. Проведення оцінки сайтів (не менш ніж 15 сайтів). Бажано щоб в

опитування приймали участь різні вікові та статеві групи респондентів, а їх кількість була адекватною (не менше 10 осіб);

5. Інтерпретація результатів оцінки. Виконується шляхом опису отриманих оцінок по кожному критерію по кожному підприємству з урахуванням думки експертів (респондентів) за статевою, віковою (обов'язково) та іншим (за бажанням) ознаками. Дана частина роботи має бути ілюстрована відповідними діаграмами та ретельно описана.

6. Розробка рекомендацій. Робочій групі пропонується обрати на вибір будь яке підприємство, яке, наприклад отримало невисокі оцінки та сформулювати власні рекомендації щодо ліквідації виявлених недоліків його Інтернет-сайту.

Результати даної частини звіту з практики оформлюють у вигляді її підрозділу в документі звичайного формату та доповнюють описову частину рекомендованим графічним матеріалом в якості додатків до звіту прикріплюють посилання на Google форму опитування або наводять приклад бланку анкети в друкованому вигляді.

## **Змістовий модуль 2 Розробка методичної документації екскурсійного маршруту**

В цьому модулі кожен студент відповідно до існуючих методичних рекомендацій готує наступні методичні матеріали по своїй частині екскурсії: технологічну карту екскурсії, індивідуальний текст з розподілом на частини, матеріали «портфеля екскурсовода», список використаних джерел по темі екскурсії.

### *Методичні рекомендації щодо комплектування «Портфеля екскурсовода»*

Логічним продовженням виконання курсової роботи є комплектування «Портфеля екскурсовода» або формування комплекту наочних матеріалів,

використовуваних під час проведення екскурсії.

«Портфель екскурсовода» – умовна назва комплекту наочних матеріалів, використовуваних під час проведення екскурсії. Для зручності зазначені матеріали зазвичай містяться в папці або невеликому портфелі від чого й отримали таку назву.

Завдання «Портфеля екскурсовода»:

- відновити відсутні ланки під час показу (об'єкт не зберігся до сьогодні, надати уявлення про первісний вигляд об'єкта, показати перспективу в майбутньому);

- надати зорове уявлення про об'єкт (рослини, мінерали, механізми дії шляхом показу справжніх зразків, макетів), події (картини, світлини, карти), видатних особистостей (фотографії, портрети);

- показати копії справжніх документів, рукописів, літературних творів.

У «Портфель екскурсовода» включаються світлини, географічні карти, схеми, креслення, малюнки, зразки продукції, копії справжніх документів, рукописів, літературних творів, макети, муляжі тощо. В екскурсійній практиці такі матеріали використовуються під час кожної екскурсії. Кількість їх має бути невеликою, тому що в іншому разі експонати будуть відволікати екскурсантів від огляду справжніх об'єктів, розсіювати увагу. Для навчальних цілей кожен студент має знайти і підготувати мінімум один зразок, а залежно від підтеми і об'єктів – більше таких зразків. Рекомендовано, щоб підготовлені експонати «Портфеля екскурсовода» були зручними для використання, а до кожного з них, наприклад на зворотному боці, додавалось пояснення з посиланням на довідковий матеріал. Вимоги щодо графічних зображень як найбільш розповсюдженого виду експонатів: чіткість зображення, формат не менш ніж А 4, цупка структура (зображення може бути заламіноване або надруковане на цупкому картоні).

Після завершення формування «портфеля екскурсовода» інформації про його складові заноситься до технологічної карти екскурсії з рекомендаціями

щодо місця та прийомів демонстрації.

*Методичні рекомендації щодо  
складання таблиці методичної розробки екскурсії*

Ефективність проведення екскурсії значною мірою залежить від грамотно складеної методичної розробки, повного і правильного заповнення всіх семи граф таблиці. Обсяг цієї частини курсової роботи не може бути меншим, ніж дві друковані сторінки. Методичні рекомендації до складання і заповнення таблиці методичної розробки розглянемо по графах таблиці.

У графі 1 «Ділянки (етапи) маршруту екскурсії» прописуються етапи переміщення екскурсійної групи від початкової точки екскурсії (екскурсовод виконує вступну частину) до закінчення першої підтеми (зазначається назва вулиць, майданів, бульварів, проспектів, виробничих приміщень, музейних комплексів, монастирів тощо, якими буде переміщуватися екскурсійна група); далі по маршруту – початок і закінчення другої підтеми тощо.

У графі 2 «Місця зупинок» називаються ті точки маршруту, де передбачений вихід з автобуса; передбачається огляд об'єкта з вікон автобуса без виходу екскурсантів або передбачається зупинка на пішохідній екскурсії. Усі записи в цій графі потрібно робити максимально чітко, вказуючи географічні місця розташування зупинок.

У графі 3 «Об'єкти показу» перераховують ті об'єкти, які показують групі на зупинці у процесі переїзду або пересування групи до наступної зупинки.

У заміській екскурсії об'єктами показу можуть бути загалом місто, селище, а в разі їхнього розташування на віддалі – видимі частини (висока будівля, вежа, дзвіниця тощо), будівлі підприємств, сільськогосподарські угіддя, пейзажі.

Графа 4 «Тривалість». Час, що зазначається в цій графі, становить суму часу, що витрачається на показ об'єктів, розповідь екскурсовода й на пересування екскурсантів по маршруту до наступної зупинки. Необхідно також врахувати час, який витрачається на рух біля об'єктів, між об'єктами, час, відведений екскурсантам на самостійне вивчення об'єктів, купівлю сувенірів, санітарні потреби, прийом їжі, паузи тощо. Найточніше визначити час необхідно

при здійсненні етапу 7 – об'їзд (обхід) маршруту.

Графа 5 «Найменування підтем і перелік основних питань» або «Основний зміст інформації». Зазначається назва підтеми, що розкривається на певному відрізку маршруту за певний проміжок часу на перерахованих у графі 3 об'єктах. Формулюють основні питання, що викладаються під час розкриття підтеми. Назва підтеми повинна відображати сутність того розділу екскурсії, який розкривається на зазначених у графі 3 об'єктах, а основні питання повинні визначати послідовність і логічність викладення матеріалу підтеми. Ця графа не повинна передавати повністю зміст екскурсії – для цього існує текст.

Графа 6 «Організаційні вказівки». У цю графу включають усі питання, які входять у поняття «Техніка ведення екскурсії», і рекомендації щодо забезпечення безпеки екскурсантів, правил їхньої поведінки на об'єктах, дотримання санітарно-гігієнічних вимог. Головна вимога – зробити так, щоб формулювання з техніки ведення екскурсії були якомога конкретнішими, чіткими, однозначними й зрозумілими. Наприклад, «Місце зупинки й очікування груп навпроти пам'ятника N», «Екскурсійну групу вивести з автобуса і провести по правій бічній алеї скверу до місця розташування фонтану».

Графа 7 «Методичні вказівки» – найважливіша графа технологічної карти екскурсії. У ній формулюють основні вимоги щодо використання методичних прийомів, зазначається, які прийоми та як їх варто використовувати стосовно певних об'єктів і відповідних питань. У цій графі також викладається зміст логічного переходу до наступної підтеми, надаються рекомендації щодо показу матеріалів «Портфеля екскурсовода», а також вказівки такого характеру: «Підготувати групу до подальшого самостійного сприйняття об'єктів», «Чітко орієнтувати групу на...», «Налаштувати групі на сприйняття...», «Надати поради групу щодо подальшого знайомства з об'єктом».

Приклад оформлення таблиці методичної розробки представлений на рисунку 2.



Таблиця методичної розробки екскурсії «Харківська медицина»  
 підтема 1 «Герой у білому халаті – діяльність професора О. І. Мещанінова»

Ділянки (етапи) маршруту екскурсії	Місця зупинок	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Найменування підтем і перелік основних питань	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
<b>Від місця початку екскурсії до зупинки в сквері О.І. Мещанінова</b>	Зупинка автотранспорту на парковці транспортного терміналу на Холодній Горі. Вихід екскурсантів.	Будівля колишньої Холодногірської 9-ої міської лікарні  Бюст професора О.І. Мещанінова в однойменному сквері	20 хв.	Герой у білому халаті - діяльність професора О.І. Мещанінова.  Діяльність колективу лікарні та професора О.І. Мещанінова по рятуванню поранених військових  Рятування полонених з концтабору для радянських військовополонених "Stalag № 363"	Перед виходом попередити про правила прямування до об'єкту. Групу вивести з автобуса провести через підземний перехід до будівлі лікарні. Розташування напівколом. Розпочати екскурсію. Перейти до скверу та зробити зупинку напроти бюсту. Для висвітлення питання розташувати групу напівколом. Повернення в автобус посадка.	За допомогою прийому цитування розповісти клятву лікаря України. За допомогою прийому історичної довідки відновити події окупації Харкова німецькими військами в 1941 році. За допомогою прийому характеристики то пояснення висвітлити діяльність професора Мещанінова, колективу лікарні, членів його родити, та добровольців з місцевих жителів щодо спасіння поранених військово-полонених. Покази експонат з портфеля екскурсовода № 1

Рисунок 2 – Приклад оформлення таблиці методичної розробки

*Методичні рекомендації щодо підготовки індивідуального тексту  
екскурсії*

У практиці надання екскурсійних послуг на кожен тему екскурсії на підприємстві обов'язково складаються два тексти – контрольний та індивідуальний. Контрольний текст складається групою розробників екскурсії і є необхідним реферативним матеріалом для висвітлення всіх підтем екскурсії. Індивідуальний текст складається кожним екскурсоводом самостійно і фактично є розповіддю екскурсовода під час проведення екскурсії. Більш детально відмінності між цими текстами і їхнє призначення описані в конспекті лекцій. Навчальні цілі написання курсової роботи передбачає виключення написання контрольного тексту і тому студент має навести в курсовій роботі лише індивідуальний текст. Під час його підготовки слід враховувати такі методичні рекомендації:

– індивідуальний текст за підтемою має бути розподілений на три частини: вступну, основну та заключну, кожна з яких повинна розпочинатися з окремого аркуша і мати відповідний заголовок;

– текст вступної частини зазвичай складається з двох частин: організаційної (знайомство з екскурсійною групою та інструктаж екскурсантів про правила безпеки та поведінки на маршруті) та інформаційної (коротке повідомлення про підтему, довжину й тривалість маршруту, санітарні зупинки та місце закінчення екскурсії за підтемою);

– текст основної частини будується на конкретних екскурсійних об'єктах, сполучає показ і розповідь. Матеріал розміщується в тій послідовності у якій показуються об'єкти. Його зміст становить розкриття питань, які були визначені для розгляду в даній підтемі; – текст заключної частини має містити висновки по підтемі екскурсії та обов'язково текст логічного переходу до наступної підтеми;

– в індивідуальному тексті не допускається згадування фактів без їхнього датування, посилань на джерела;

– індивідуальний текст пишеться від першої особи і відбиває особливості мови та емоційність «виконавця»;

– при підготовці індивідуального тексту варто використовувати формулу: «максимум пізнавального – мінімум розважального»;

– обсяг індивідуального тексту обумовлюється обраною темою і об'єктами показу. До того ж варто пам'ятати, що текст вступної та заключної частин за підтемою не повинен перевищувати 1-2 хвилини (0,5–1 аркуш). Текст основної частини варто писати, враховуючи, що один аркуш (шрифт 14, інтервал 1,5) екскурсовод може викласти в середньому за 2,5 хвилини. Перебування екскурсантів на об'єкті, розповідь і показ цього об'єкта залежать від багатьох факторів. Здебільшого на розкриття одного об'єкта не витрачається більше 5–7 хвилин, особливо якщо екскурсанти перебувають на одному місці, їх інтерес до цього об'єкта швидко зменшується. Відповідно при написанні індивідуального тексту з усього обсягу наявного матеріалу щодо запланованих об'єктів потрібно, по-перше, обрати лише ті факти, які стосуються до обраної теми екскурсії, а по-друге, запланувати час розповіді і показу на об'єкті та відповідний обсяг індивідуального тексту до нього. Текст заключної частини за підтемою також не повинен перевищувати 1-2 хвилини (0,5 – 1 аркуш). Також в необхідно розробити текст логічного переходу, обсяг якого орієнтовно становить 0,5 аркушу.

### **Змістовий модуль 3 Захист екскурсії**

Захист екскурсії проходить у вигляді проведення учбової екскурсії. На основі розроблених методичних матеріалів студент готується до проведення учбової екскурсії, вчить індивідуальний текст та на натурних об'єктах захищає власну методичну розробку. Під час проведення учбової екскурсії студент повинен продемонструвати: володіння екскурсійними методичними прийомами, використанням елементів екскурсійної техніки, навички забезпечення вимог диференційованого підходу при обслуговуванні.

Проведення післяекскурсійної роботи передбачає опанування декількома навичками, а саме: оцінювання (з позиції споживача) та самооцінювання себе при виконанні роботи екскурсовода та робота над помилками – внесення коректив в методичну розробку та текст екскурсії.

Для здійснення оцінювання (з позиції споживача) студенти спільно розробляють критерії та шкалу оцінювання роботи екскурсовода, узагальнюють їх та під керівництвом викладача створюють спільну єдину оціночну анкету, шляхом створення Google форм для оцінки кожного студента. Ці форми заповнюються після прослуховування студента на маршруті і повинні бути опрацьовані кожним студентом самостійно на основі отриманих оцінок від споживачів та рекомендацій викладачів – керівників практики. Результатом такої роботи мають стати описані студентом корективи які він пропонує внести в методичну розробку екскурсії.

Наступне завдання цього модуля – це розрахунок вартості нового екскурсійного продукту. Приклад розрахунку вартості нового екскурсійного продукту наведений у таблиці 4. Він повинен містити всі послуги які включені у вартість екскурсійного продукту і здебільшого представлений такими пунктами:

- транспортне обслуговування по маршруту з обов'язковою вказівкою місткості транспортного засобу (приклад: комфортабельний екскурсійний автобус на 24 місця та 2 керівника, можливо навіть вказати марку автобуса) та вартості його оренди в розрахунку грн./км чи за час оренди з вказівкою джерела де були взяті відповідні відомості, наприклад посилання на сайт автотранспортної компанії);

- екскурсійне обслуговування (тобто скільки екскурсійне підприємства заплатить екскурсоводу),

- вхідні квитки на об'єкти, участь у майстер класах, дегустаціях тощо (з вказівкою інформаційного джерела де були взяті відповідні відомості);

- харчування (з вказівкою інформаційного джерела де були взяті відповідні відомості);

– медична страховка (з вказівкою інформаційного джерела де були взяті відповідні відомості).

Таблиця 4 – Розрахунок реалізаційної ціни екскурсійного продукту

№ з/п	Стаття витрат	Сума з особи, грн
1	Транспортне обслуговування (120 км × 22,0 грн = 2 640 / 22 екскурсанта = 120 грн)	120,0
2	Страховка (10,0 грн. на одного екскурсанта)	10,0
3	Екскурсійне обслуговування (1 000 грн / 22 екскурсанта = 45,0 грн)	45,0
4	Вхідні квитки	50,00
5	Участь у майстер класі	70,00
6	Дегустація сиру та випічки	60,00
4	Рентабельність (40 %)	320,0
5	Разом	355,0
6	Реалізаційна ціна на одного екскурсанта	675,0

Також варто продумати які додаткові витрати можуть бути на даній екскурсії, дізнатися їх вартість для правильного сповіщення екскурсантів при продажі екскурсійного продукту та забезпечення якісного екскурсійного обслуговування.

Останнім завданням модуля 3 є розробка рекламного буклету нового екскурсійного продукту. Він повинен містити максимум корисної інформації для споживача, бути яким, обов'язково містити фото відвідуваних об'єктів, маршрут екскурсії її назву, послуги основні та додаткові та іншу інформацію за бажанням виконавця. Буклет становить аркуш формату А4 який складається з трьох частини. Інформація повинна бути розміщена на всіх сторонах.

## 5 ПІДГОТОВКА ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Звіт з практики складається з таких розділів:

1. Титульний аркуш (дод. А), зміст, розділи, список використаних джерел
2. Рекомендований перелік розділів:

### РОЗДІЛ 1 ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ

- 1.1 Дослідження ринку екскурсійних послуг (текст доповнений графічним матеріалом та таблицю EXEL (як додаток до Звіту)
- 1.2 Споживча оцінка зручності та інформативності інтернет ресурсів досліджуваних туртсько-екскурсійних підприємств (розроблені критерії, анкета, опис результатів оцінки з графічними матеріалами, пропозиції щодо вдосконалення одного з інтернет-сайтів на вибір).

### РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА МЕТОДИЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОГО МАРШРУТУ

- 2.1 Технологічна карта екскурсії
- 2.2 Індивідуальний текст з розподілом на частини
- 2.3 Матеріали «портфеля екскурсовода»

### РОЗДІЛ 3 ЗАХИСТ ЕКСКУРСІЇ, ЇЇ ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ

- 3.1 Обчислення вартості нового екскурсійного продукту
- 3.2 Розробка рекламного буклету нового екскурсійного продукту

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

**ДОДАТОК А**

**Титульний аркуш звіту з практики**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**ЗВІТ З ПРОХОДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ  
(З ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ)**

Виконав студент

Курс \_\_\_ група \_\_\_

ПІБ \_\_\_\_\_

Перевірив

доц. каф. ТІГГ

Покоłodна М. М.

Рябєв А.А.

**Харків  
ХНУМГ ім. О. М. Бекєтова  
20\_\_**

*Виробничо-практичне видання*

Методичні рекомендації  
до проходження технологічної практики  
(з організації екскурсійної діяльності)

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм  
навчання зі спеціальності 242 – Туризм)*

Укладачі: **ПОКОЛОДНА** Марія Миколаївна,  
**РЯБЄВ** Антон Анатолійович,  
**ХОЛОДОК** Валентина Дмитрівна

Відповідальний за випуск *І. М. Писаревський*  
*За авторською редакцією*  
Комп'ютерне верстання *М. М. Поколодна*

План 2022, поз. 399М

---

Підп. до друку 19.07.2022. Формат 60 × 84/16  
Електронне видання. Ум. друк. арк. 1,4

Видавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002  
Електронна адреса: office@kname.edu.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 5328 від 11.04.2017.