



INHERIT KURZ NÁSTROJE PRE TRÉNEROV



Co-funded by
the European Union

Súbor pomôcok pre trénerov predstavuje stratégiu vzdelávania prepojenú so zážitkovým turizmom v rámci projektu Erasmus+ „Interpretácia dedičstva prostredníctvom digitálneho rozprávania príbehov pre rozvoj zážitkového turizmu vo vidieckych oblastiach“ (2023-1-BG01-KA220-VET-000157210).

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a názory sú však len názormi autorov a nemusia nevyhnutne odrážať názory Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nezodpovedajú.

Autori:

Združenie Devetaki Plateau, Bulharsko

(<https://www.devetakiplateau.org/en>)

Tetra Solutions, Bulharsko

(<https://tetra-solutions.eu/en/>)

Prispievatelia:

Rada spoločenstva Kato Drys, Cyprus

(<https://www.katodrys.org/en.html>)

Lišov Museum, Slovakia

(<https://lisovmuzeum.sk/>)

Naturalwalks, Španielsko (<https://naturalwalks.com/en/>)

Úprava a dizajn:

Rada komunity Kato Drys, Cyprus (<https://www.katodrys.org/en.html>)

Tetra Solutions, Bulharsko (<https://tetra-solutions.eu/en/>)



Tento dokument je možné kopírovať, reprodukovat' alebo upravovať podľa vyššie uvedených pravidiel. Okrem toho musí byť jasne uvedené potvrdenie autorov dokumentu a všetky príslušné časti oznámenia o autorských právach.

Všetky práva vyhradené. © Copyright 2024 IHERIT

OBSAH

I. DEDÍŤ prehľad kurzu	3
II. ZDDÍŤ štruktúru kurzu	4
III. Ciele súboru nástrojov trénera.....	5
IV. Metodika zážitkového učenia	5
V. Vzdelávacie aktivity	9
Modul 1. Analýza zdrojov územia.....	9
Modul 2. Hodnotenie a predbežný výber územných zdrojov	11
Modul 3. Identifikácia a analýza územných služieb spojených s cestovným ruchom	13
Modul 4. Analýza profilov zákazníkov pre ponuku cestovného ruchu.....	17
Modul 5. Nácvik štruktúry riadených a interpretačných činností – rozprávanie	30
Modul 6. Vývoj produktov cestovného ruchu	33
VI. Časový rámec činností.....	37
VII. Inštruktážne pokyny pre trénerov INHERIT	43
VIII. Referencie.....	48

I. DEDÍŤ prehľad kurzu

Vzdelávací kurz INHERIT je neformálny odborný program určený pre majiteľov a manažérov malých podnikov cestovného ruchu, ako aj samostatných podnikateľov vo vidieckych oblastiach – ako sú rodinné hotely, reštaurácie, remeselníci, poskytovatelia turistických aktivít a sprievodcovia prírodou. Tento kurz, ktorý sa nachádza na priesečníku zážitkového turizmu, interpretácie dedičstva, digitálneho rozprávania príbehov a marketingu, sa zameriava na vyvíjajúce sa trendy v cestovnom ruchu, vrátane rastúceho dopytu po pohlcujúcich vonkajších zážitkoch a rastúceho vplyvu digitálnych technológií na plánovanie a realizáciu ciest. Kurz INHERIT umožňuje dospelým v produktívnom veku vo vidieckych komunitách rozvíjať nové zážitkové produkty cestovného ruchu, ktoré čerpajú z miestnych prírodných a kultúrnych zdrojov.

Interpretácia dedičstva zohráva v tomto kurze ústrednú úlohu a ponúka silný nástroj na vytváranie zmysluplných spojení medzi návštevníkmi a hmotným a nehmotným dedičstvom destinácie. Interpretáciou historického, kultúrneho a environmentálneho významu miestnych zdrojov budú študenti schopní premeniť bežné turistické aktivity na bohaté vzdelávacie skúsenosti, ktoré podporujú hlbšie pochopenie regiónu. Interpretácia pomáha preklenúť priepasť medzi návštevníkmi a miestnou krajinou, tradíciami a spôsobom života, vďaka čomu je zážitok z cestovného ruchu autentickejší a nezabudnuteľnejší.

Kurz obsahuje šesť modulov, ktoré prevedú študentov procesom vývoja produktu zážitkového cestovného ruchu. Počnúc identifikáciou, hodnotením a výberom prírodných a kultúrnych zdrojov v rámci územia, študenti pristúpia k analýze miestnych služieb cestovného ruchu a profilov zákazníkov, čo vyvrcholí vytvorením zážitkových turistických aktivít. Odhalením príbehov za kultúrnymi pamiatkami, tradičnými postupmi a prírodnou krajinou môžu študenti vytvárať skúsenosti, ktoré inšpirujú návštevníkov k oceňovaniu, ochrane a podpore trvalo udržateľného využívania zdrojov cestovného ruchu.

Udržateľnosť je základným princípom, ktorý sa tiahne celým kurzom DEDÍŤ. Každý modul integruje kľúčové koncepty trvalo udržateľného cestovného ruchu, pričom zdôrazňuje potrebu minimalizovať vplyv cestovného ruchu na životné prostredie, podporovať zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva a podporovať zodpovedné postupy cestovného ruchu. Tým, že kurz vybaví poskytovateľov vidieckeho cestovného ruchu zručnosťami na vytváranie zmysluplných zážitkov založených na dedičstve, podporuje modely cestovného ruchu, ktoré podporujú miestne ekonomiky a zároveň chránia integritu destinácie.

Po ukončení vzdelávacieho kurzu INHERIT by študenti mali byť schopní navrhnuť a realizovať zážitkové aktivity cestovného ruchu, ktoré zdôrazňujú jedinečné prírodné a kultúrne dedičstvo ich regiónu a zároveň podporujú dlhodobú udržateľnosť zdrojov cestovného ruchu.

II. ZDDIŠ štruktúru kurzu

Modul 1	Analýza zdrojov územia - Jednotka 1.1 Prírodný zdroj - Jednotka 1.2 Kultúrne zdroje	Vnútorne vzdelávanie: 5 hodín Aktivita v teréne: 10 hodín Celkom: 15 hodín
Modul 2	Hodnotenie a predbežný výber územných zdrojov - Oddelenie 2.1 Kritériá analýzy a výberu zdrojov - Jednotka 2.2 Udržateľnosť vidieckeho turizmu: ekonomické, sociálne, kultúrne a environmentálne kritériá	Vnútorne vzdelávanie: 3,5 hodiny Aktivita v teréne: 1,5 hodiny Celkom: 5 hodín
Modul 3	Identifikácia a analýza územných služieb spojených s cestovným ruchom - Jednotka 3.1 Základné služby v hodnotovom reťazci cestovného ruchu - Jednotka 3.2 Špecifické služby, ktoré prinášajú pridanú hodnotu	Učenie v interiéri: 2 hodiny Aktivita v teréne: 2 hodiny Celkom: 4 hodiny
Modul 4	Analýza profilov zákazníkov pre ponuku cestovného ruchu - Kapitola 4.1 Čo tvorí profil zákazníka - Kapitola 4.2 Prístupy a nástroje pre zákaznícku analýzu	Vnútorne vzdelávanie: 1,5 hodiny Aktivita v teréne: 4,5 hodiny Celkom: 6 hodín
Modul 5	Nácvik štruktúry vedenej a interpretačnej činnosti – rozprávanie - Jednotka 5.1 Vedenie - Lekcia 5.2 Výklad dedičstva a rozprávanie	Vnútorne vzdelávanie: 6 hodín Aktivita v teréne: 10 hodín Celkom: 16 hodín
Modul 6	Vývoj produktov cestovného ruchu - Jednotka 6.1 Dizajn produktu - Kapitola 6.2 Branding a marketing produktu	Učenie v interiéri: 1 hodina Aktivita v teréne: 3 hodiny

		Celkom: 4 hodiny
	Celková záťaž kurzu:	50 hodín

III. Ciele súboru nástrojov trénera

Príručka trénerov je základným zdrojom navrhnutým na vybavenie inštruktorov potrebnými metodickými usmerneniami a praktickými stratégiami na efektívne poskytovanie školiaceho kurzu INHERIT. Jeho hlavným cieľom je podporovať školiteľov pri vedení študentov procesom rozvoja zážitkových produktov cestovného ruchu založených na miestnom dedičstve. Súbor nástrojov poskytuje návod, ako uľahčiť moduly kurzu, pričom zaistuje, že školitelia môžu študentom pomôcť pochopiť a aplikovať kľúčové koncepty, ako je interpretácia dedičstva, rozprávanie príbehov a zážitkové turistické aktivity.

Kurz INHERIT podporuje prístup zameraný na študenta tým, že sa zameriava na zážitkové učenie alebo učenie sa praxou. Kladie dôraz na praktickú aplikáciu vedomostí, zapája študentov priamo do vývoja produktov cestovného ruchu vo všetkých fázach – od identifikácie zdrojov až po konečný návrh zážitkových aktivít v ich miestnej oblasti. Zážitkové učenie umožňuje študentom premýšľať o svojich skúsenostiach, uplatňovať kritické myslenie a riešiť výzvy v reálnom svete, čo im pomáha osvojiť si vedomosti a zručnosti potrebné na rozvoj zmysluplných turistických skúseností. Toolkit vysvetľuje pedagogické princípy, ktoré sú základom tohto prístupu, a ponúka trénerom stratégie na uľahčenie spolupráce rovesníkov a opakovaného riešenia problémov počas aktívneho vzdelávacieho procesu.

Okrem toho súprava nástrojov obsahuje portfólio interaktívnych vzdelávacích aktivít navrhnutých špeciálne pre každý modul, ktoré umožňujú študentom aplikovať svoje vedomosti v reálnych kontextoch. Ponukou adaptabilných inštruktážnych prístupov súbor nástrojov zabezpečuje, že školitelia môžu prispôbiť svoje poskytovanie tak, aby vyhovovali rôznorodým potrebám poskytovateľov vidieckeho cestovného ruchu, čím im pomáha vytvárať zmysluplné turistické zážitky, ktoré nielen zapoja návštevníkov, ale podporujú aj ochranu a trvalo udržateľné využívanie miestnych prírodných a kultúrnych pamiatok. zdrojov.

IV. Metodika zážitkového učenia

Definícia zážitkového učenia

Korene skúsenostného učenia možno hľadať v konštruktivistickej teórii, ktorá predpokladá, že jednotlivci aktívne konštruujú svoje chápanie sveta prostredníctvom transformácie skúseností

a reflexie (Kolb, 1984; Bhattacharjee, 2015). Zážitkové učenie je vzdelávací prístup, v ktorom si študenti rozvíjajú vedomosti, zručnosti a kompetencie aplikovaním teoretických vedomostí na praktické situácie a následne reflektovaním týchto skúseností. Zážitkové učenie je teda aktívny, reflexívny a participatívny proces. Kladie dôraz na učenie sa praxou – získavanie poznatkov prostredníctvom činnosti a uplatňovanie týchto poznatkov v budúcich scenároch (Lachapelle & Whiteside, 2017).

Zážitkové vzdelávanie je zvyčajne zarámované do jasne definovaných výsledkov vzdelávania. Je navrhnutý tak, aby pomohol účastníkom preniesť zručnosti a vedomosti získané v jednom kontexte do budúceho profesionálneho alebo osobného úsilia. Zážitkové učenie navyše podporuje spoluprácu, pretože sociálna interakcia zlepšuje porozumenie a rozširuje perspektívy (Brame, 2016).

Úloha učiteľa a žiaka v zážitkovom učení

Zážitkové učenie znamená posun v úlohe učiteľa (trénera) z tradičného inštruktora na facilitátora učenia. V tejto funkcii učiteľ vedie a podporuje študentov, kladie otázky na zamyslenie, povzbudzuje k skúmaniu a poskytuje nepretržitú spätnú väzbu (Johnson & Johnson, 2018). Učitelia tiež podporujú reflexívny dialóg počas procesu učenia sa, čím pomáhajú študentom interpretovať a dávať zmysel ich skúsenostiam (Schwartz, 2012). Namiesto poskytovania vedomostí inštruktorka podporuje objavovanie a samoriadené učenie.

Študenti v zážitkovom učení preberajú aktívnejšiu úlohu a preberajú zodpovednosť za svoje vlastné vzdelávanie. Očakáva sa od nich, že sa budú kriticky zaoberať materiálom, budú riešiť problémy, spolupracovať s rovesníkmi a hlboko premýšľať o svojich skúsenostiach s učením (Moallei & Rahmana, 2012). Zážitkové učenie kultivuje vlastnú iniciatívu, adaptabilitu a analytické zručnosti a pripravuje študentov na riešenie zložitých problémov. Na rozdiel od pasívneho vzdelávacieho prostredia študenti aktívne formujú svoje skúsenosti kladením otázok, experimentovaním a uvažovaním o rôznych perspektívach.

Cyklus zážitkového učenia

Kolbov (1984) model zážitkového učenia zahŕňa štyri vzájomne prepojené fázy:

- Konkrétna skúsenosť, kde sa žiaci priamo zapájajú do činnosti alebo úlohy.
- Reflexné pozorovanie, kde študenti analyzujú skúsenosti, uvažujú o tom, čo fungovalo, čo nie a prečo.
- Abstraktná konceptualizácia, kde žiaci využívajú reflexiu na vyvodzovanie záverov a zovšeobecňovanie.
- Aktívne experimentovanie, kde študenti aplikujú získané poznatky na nové situácie, čo vedie k ďalším skúsenostiam.

K efektívnemu učeniu dochádza vtedy, keď žiaci absolvujú všetky štyri fázy tohto cyklu. Každá fáza prechádza do ďalšej a vytvára dynamický proces, ktorý posilňuje a prehĺbuje porozumenie (Mainemelis, Boyatzis, & Kolb, 2002). Dôležité je, že študenti môžu vstúpiť do cyklu v ktorejkoľvek fáze, ale dokončenie celého procesu je nevyhnutné pre dlhodobé udržanie a rozvoj prenosných zručností.

Štruktúra zážitkovej úlohy

Zážitkové učenie sa riadi štruktúrovaným procesom, ktorý zvyšuje angažovanosť a vzdelávacie výsledky. Podľa Wolfa a Byrnea (1975) sa skúsenostné úlohy zvyčajne rozkladajú v štyroch fázach:

- Dizajn, kde učitelia stanovujú vzdelávacie ciele a plánujú aktivity, ktoré sú v súlade s požadovanými výsledkami.
- Správanie, kde učitelia uľahčujú implementáciu aktivity, zabezpečujú zapojenie študentov a prostredie podporuje učenie.
- Hodnotenie, kde žiaci a učitelia hodnotia skúsenosti, identifikujú kľúčové lekcie a oblasti na zlepšenie.
- Spätná väzba, kde učitelia poskytujú žiakom spätnú väzbu s cieľom posilniť pokrok a usmerniť budúce vzdelávanie.

Reflexia je dôležitou súčasťou každej fázy, ktorá umožňuje študentom prepojiť teóriu s praxou a prehľbiť svoje porozumenie (Schwartz, 2012). Štruktúrovaná spätná väzba zaisťuje, že študenti môžu zlepšiť svoje zručnosti a prístupy na základe svojich skúseností.

Aplikácia zážitkového učenia v kurze DEDÍŤ

Kurz INHERIT je založený na metodológii zážitkového učenia. Každý modul je štruktúrovaný v logike „zážitkovej úlohy“, pretože:

- Definuje zamýšľané vzdelávacie výstupy a ponúka mikro-kúsky teoretického materiálu, integrované s praktickými terénnymi aktivitami, ktoré učiacich sa priamo zapájajú do miestneho prírodného a kultúrneho dedičstva (fáza návrhu).
- Popisuje postup realizácie terénnych aktivít vr. usmernenia na zabezpečenie aktívneho zapojenia študentov (fáza správania).
- Predpokladá vyhodnotenie skúseností získaných počas terénnej činnosti, ako aj poskytnutie spätnej väzby (fázy hodnotenia a spätnej väzby).

Postupy implementácie aktivít v teréne sú zosúladené s cyklom zážitkového učenia, kde sa učiaci sa aktívne zúčastňujú na aktivitách v teréne (t. j. štádium konkrétnych skúseností), následne analyzujú svoje skúsenosti (t. j. štádium reflektívneho pozorovania), sumarizujú

zistenia (napr. etapa abstraktnej konceptualizácie) a použiť zistenia ako stavebný kameň ďalšej terénnej aktivity (tj etapa aktívneho experimentovania).

V ďalšej časti sú podrobne popísané aktivity v teréne, vr. implementačné postupy.

V. Vzdelávacie aktivity

Modul 1. Analýza zdrojov územia

V dôsledku Modulu 1 budú študenti kurzu INHERIT schopní identifikovať rôzne typy prírodných a kultúrnych zdrojov územia, hmotné aj nehmotné, prostredníctvom návštev v teréne a konzultácií rôznych materiálov. Identifikované zdroje budú zohľadnené v procese vývoja produktu cestovného ruchu v rámci ďalších modulov.

Po poskytnutí teoretického prehľadu klasifikácií prírodných a kultúrnych zdrojov by mal tréner uľahčiť nasledujúcu vzdelávaciu aktivitu.

Názov	Analýza prírodných a kultúrnych zdrojov daného územia
Cieľ	Cieľom tejto aktivity je aplikovať predtým získané teoretické poznatky o prírodných a kultúrnych zdrojoch. Študenti budú analyzovať konkrétny región, aby identifikovali a získali čo najviac relevantných zdrojov pre cestovný ruch. Cieľom je vytvoriť spojenie medzi týmito zdrojmi a potenciálom cestovného ruchu. Okrem toho sa budú snažiť vytvárať prepojenia medzi prírodnými a kultúrnymi zdrojmi a odhaľovať kultúrne aspekty prírodných zdrojov, na ktorých pracovali v prvej jednotke.
Pozícia v module	Táto terénna aktivita sa uskutoční na konci bloku 2, po ukončení teoretickej výučby.
Čas	Táto terénna aktivita bude trvať približne 10 hodín na dvoch rôznych miestach. Teoretické vedomosti budú poskytnuté na hodine 5 hodín vopred. • Prejdite na lokality a identifikujte zdroje na lokalite: 8 hodiny • Zhromaždiť zistenia a usporiadať údaje v triede: 2 hodiny
Nastavenie	Miesto pre túto činnosť by malo byť viazané na prírodné zdroje a situované mimo oblastí ľudského bývania a činnosti. Možné nastavenia zahŕňajú určené oblasti v rámci lesov, jaskýň, jazier a podobných prírodných prostredí.

	Druhé miesto pre túto činnosť by sa mohlo zamerať na kultúrne zdroje a byť spojené s ľudskou činnosťou alebo človekom vytvoreným prostredím. Potenciálne nastavenia zahŕňajú historické miesta, múzeá a galérie, náboženské miesta a podobné miesta.
Požadované materiály	• Mapy stránok, najlepšie dostupné na ich smartfónoch • Notebooky a perá • Fotoaparáty na fotografovanie na mieste • Telefóny s prístupom na internet • Kontakty na relevantných ľudí v danej oblasti
Pokyny pre študentov	• Na hodine teoretická príprava Študenti dostanú nástroje na analýzu zdrojov územia, dostanú aj príklady, aby mali všeobecný prehľad o potenciálnych zdrojoch, ktoré môžu byť použité v cestovnom ruchu. • Definujte umiestnenie lokality Študenti si budú musieť vybrať miesto na základe kritérií, ako je úroveň záujmu, dostupnosť a efektívnosť lokality z hľadiska cestovného ruchu. • Analýza a identifikácia zdrojov na mieste Študenti dostanú čas na to, aby si preštudovali svoju definovanú oblasť v skupinách, zhromaždili všetky zdroje, ktoré dokážu identifikovať podľa rôznych kategórií, ktoré sa preberú v triede • Zhromažďovať a organizovať zistenia Študenti sa vrátia, aby si vymenili zistenia každej skupiny. Učiteľ bude komentovať a pomáhať študentom porozumieť vhodnosti každého z nájdených prvkov Po analýze každého z prvkov sa vytvorí tabuľka sumarizujúca všetky zdroje podľa kategórií. Táto tabuľka sa potom použije pre Modul 2.
Postup realizácie	• Podporte príkladmi zo skúseností • Podpora pri stanovovaní kritérií priorít • Uľahčiť proces hľadania dohody pre každú skupinu
Následná relácia (v triede)	Usporiadajte zozbierané údaje podľa kategórií načrtnutých v module, vyhodnoťte ich význam pre cestovný ruch a ich prepojenie s

	konceptami prírodného dedičstva. Tieto údaje sa použijú v Module 2 na analýzu obmedzení a výhod každého zdroja.
Zhrnutie (v triede)	<u>Kultúrne zdroje</u> • Ako tento zdroj súvisí s prírodným dedičstvom? • Je to ovplyvnené ľudskou činnosťou? Ak áno, kvalifikuje sa skôr ako kultúrny zdroj? • Môže mať cestovný ruch vplyv na tento zdroj a je zlučiteľný s prístupom k trvalej udržateľnosti? <u>Prírodné zdroje</u> • Ako sa tento zdroj spája s kultúrnym dedičstvom? • Akým spôsobom je ovplyvnený ľudskou činnosťou? <u>generál</u> • Akými spôsobmi môže byť tento zdroj príťažlivý pre cestovný ruch a kto je cieľovou skupinou?
Kritériá hodnotenia	• Počet prvkov nájdených v každej kategórii zdrojov • Relevantnosť a súdržnosť prvkov vo vzťahu k účelom cestovného ruchu • Schopnosť identifikovať zdroje v danom prostredí • Účasť na celkovej terénnej činnosti

Modul 2. Hodnotenie a predbežný výber územných zdrojov

V dôsledku Modulu 2 budú študenti kurzu INHERIT schopní identifikovať najrelevantnejšie kvality (originalitu, autenticnosť, vzácnosť atď.), ako aj obmedzenia (ťažkosti pri pozorovaní, sezónnosť atď.) rôznych prírodných a kultúrnych zdrojov. územia – hmotného aj nehmotného – ktoré možno zohľadniť pri tvorbe produktov cestovného ruchu.

Po poskytnutí teoretického prehľadu kritérií používaných na hodnotenie prírodných a kultúrnych zdrojov by mal tréner uľahčiť nasledujúcu vzdelávaciu aktivitu.

Názov	Hodnotenie miestneho dedičstva zahŕňajúce miestnu komunitu
Cieľ	Účastníci zažijú diskusiu o prvkoch vidieckeho dedičstva so zástupcami miestnej komunity

Pozícia v module	Pred ukončením bloku 2.2 cvičenie v teréne a reflexia zistených skutočností
Čas	Jedna hodina 30 minút vrátane prezentácie výsledkov
Nastavenie	V rámci blízkych miest obce - klub dôchodcov, obchod, kultúrny dom, penzión a pod. Cvičenie sa odporúča ísť mimo konkrétnej obce a ďalej do širšieho okolia a existujúcich turistických atrakcií.
Požadované materiály	Vopred pripravený zápisník a pár otázok.
Pokyny pre študentov	Najprv si pripravte súbor otázok, aby ste sa pokúsili prediskutovať s miestnymi ľuďmi a turistami (potenciálne) turistické zdroje v regióne – urobte to v skupinách po dvoch (troch). Po druhé, v tých istých skupinách navštívte verejné miesto a nájdite predstaviteľov miestnej komunity alebo nejaké penzióny/atrakcie, aby ste našli nejakých turistov. Tretí krok: položte niekoľko otázok a urobte si poznámky. Po rozhovore s 3 ľuďmi (za každú skupinu) sa vráťte do triedy a nahláste svoje výsledky. Porovnajte sa s ostatnými účastníkmi a zamyslite sa nad zisteniami. Výsledkom by mal byť zoznam turistických prvkov/objektov podľa priorít podľa ich schválenia miestnymi obyvateľmi a turistami.
Postup realizácie	Tréner podporuje študentov pri formulovaní otázok. Potom, ak je to potrebné, dá pokyny, kam môžu študenti ísť a nájsť respondentov. Po návrate tréner moderuje diskusiu o výsledkoch.
Následná relácia (v triede)	Popísané vyššie
Zhrnutie (v triede)	• Ako reagovali miestni ľudia na vaše otázky? • Ako reagovali turisti na vaše otázky? • Existujú zhody medzi odpoveďami miestnej komunity a turistami? • Predstavujú si miestni ľudia miestne zdroje ako potenciálne turistické lokality?

Kritériá hodnotenia	• Relevantnosť a súdržnosť otázok • Počet turistických objektov definovaných viac ako 3 respondentmi • Úroveň zapojenia miestnej komunity, ktorú zažívajú študenti (počet odpovedí)
----------------------------	---

Modul 3. Identifikácia a analýza územných služieb spojených s cestovným ruchom

V dôsledku Modulu 3 budú študenti kurzu INHERIT schopní analyzovať svoje územie prostredníctvom rôznych služieb súvisiacich s rozvojom aktivít cestovného ruchu: doprava, stravovanie, pohostinstvo, bezpečnosť atď., a to ako základných, tak aj špecializovaných, a posúdiť svoje nedostatky. následný rozvoj aktivít.

Po poskytnutí teoretického prehľadu o základných a špecializovaných službách cestovného ruchu by mal tréner uľahčiť nasledujúcu vzdelávaciu aktivitu.

Názov	Hodnotenie služieb cestovného ruchu
Cieľ	Vyhodnotiť rozsah a kvalitu základných a špecifických služieb cestovného ruchu v miestnej oblasti, pochopiť ich úlohu v celkovej turistickej skúsenosti a identifikovať potenciálne oblasti na zlepšenie.
Pozícia v module	Začlenené do bloku 3.1 (Základné služby) a bloku 3.2 (Špecifické služby) po diskusii o úlohe a vplyve služieb v cestovnom ruchu.
Čas	Úvod na stránku: 30 min Úvod sa koná v interiéri. Táto teoretická časť sa uskutoční v triede alebo dielni, kde študenti dostanú inštrukciú o terénnej aktivite. To zahŕňa vysvetlenie používania hodnotiaceho kontrolného zoznamu, aké aspekty služieb treba sledovať a ako komunikovať s poskytovateľmi služieb a turistami. Študenti budú tiež vedení k tomu, ako efektívne zdokumentovať svoje pozorovania. Návšteva bude obľúbená miestna turistická destinácia, ako je dedičstvo, prírodný park alebo akákoľvek oblasť, ktorá ponúka rôzne služby súvisiace s cestovným ruchom. Cieľom návrhu je zhodnotiť základné služby (ako sú dopravné zariadenia, ubytovanie, reštaurácie),

ako aj špecifické služby (ako sú výlety so sprievodcom alebo ekologické aktivity), aby sa posúdila ich kvalita a prínos k turistickému zážitku. Vybraná lokalita by mala ponúkať rôznorodú infraštruktúru cestovného ruchu umožňujúcu komplexné vyhodnotenie rôznych služieb.

Vyhodnotenie a zber dát: 1 hodina

Študenti budú hodnotiť celý rad služieb cestovného ruchu rozdelených do dvoch hlavných kategórií:

- **Základné služby:** Patria sem dopravné zariadenia (napr. autobusové stanice, taxislužby), ubytovanie (hotely, hostince), reštaurácie a turistické informačné centrá.
- **Špecifické služby:** Ide o špecializované služby, ktoré zlepšujú turistický zážitok, ako sú prehliadky so sprievodcom, dobrodružné aktivity, ekologické ubytovanie a kultúrne zážitky.

Prvky, ktoré sa majú hodnotiť, zahŕňajú kvalitu služieb, dostupnosť, čistotu, služby zákazníkom, postupy udržateľnosti a ako tieto služby prispievajú k celkovej turistickej skúsenosti.

Realizácia týchto praktických cvičení je pre študentov veľmi prínosná, pretože umožňujú praktické skúsenosti v reálnom svete s hodnotením služieb cestovného ruchu. Pri priamej návšteve poskytovateľov služieb môžu študenti pozorovať poskytovanie služieb, komunikovať so zamestnancami a turistami a získať prehľad o silných stránkach a oblastiach na zlepšenie každej služby. Tieto praktické cvičenia premostujú priepasť medzi teoretickými vedomosťami a praktickou aplikáciou a pomáhajú študentom hlbšie porozumieť tomu, ako služby prispievajú k celkovému turistickému zážitku, a identifikovať oblasti, ktoré je možné zlepšiť.

Návrat a úvodná diskusia: 30 min

Cieľom úvodnej diskusie po návrate zo stránky je poskytnúť študentom príležitosť zamyslieť sa nad svojimi skúsenosťami a podeliť sa o svoje postrehy. Toto stretnutie pomáha študentom spracovať ich zistenia a zdôrazňuje kľúčové aspekty kvality služieb, skúseností zákazníkov a udržateľnosti. Tréner bude viesť študentov pri organizovaní ich údajov a postrehov, ktoré budú tvoriť základ pre podrobnejšiu analýzu v následnom stretnutí.

Nastavenie	Obľúbená turistická destinácia ako centrum mesta, prírodný park alebo historické mesto s rôznymi službami (napr. ubytovanie, dopravné zariadenia, reštaurácie, informačné centrá, turistické aktivity).
Požadované materiály	• Kontrolný zoznam hodnotenia (poskytne tréner) • Notebooky a perá • Fotoaparáty alebo smartfóny na dokumentáciu • Prístup k servisným informáciám (mapy, brožúry, aplikácie)
Pokyny pre študentov	Príprava: • Prezrite si kontrolný zoznam hodnotenia a oboznámte sa s typmi služieb, ktoré budete hodnotiť (napr. doprava, ubytovanie, jedlo a nápoje, zájazdové služby). • Vykonajte krátky online prieskum destinácie, aby ste pochopili služby, ktoré ponúka. Hodnotenie na mieste: • Navštívte rôznych poskytovateľov služieb (hotely, reštaurácie, turistické informačné centrá, dopravné uzly) a zhodnoťte aspekty, ako je dostupnosť, služby zákazníkom, čistota a kvalita ponuky. • Pozorujte, ako konkrétne služby (napr. výlety so sprievodcom, ubytovanie šetrné k životnému prostrediu) prispievajú k celkovému turistickému zážitku. • Všimnite si podrobnosti o kvalite služieb, dodržiavaných štandardoch, správaní personálu a akýchkoľvek zavedených postupoch udržateľnosti. Interakcia: • Ak je to možné, spojte sa s poskytovateľmi služieb (napr. hotelový personál, sprievodcovia, pracovníci reštaurácií), aby ste získali prehľad o ich úlohách a o tom, ako prispievajú k cestovnému ruchu v oblasti. • Komunikujte s ostatnými turistami, aby ste získali spätnú väzbu o ich skúsenostiach so službami. Zhromažďovanie údajov: • Zhromažďujte všetky dostupné informačné materiály, ako sú brožúry, mapy alebo jedálne lístky.

	• Urobte fotografie služieb a zariadení na dokumentačné účely.
Postup realizácie	Podpora trénera: • Poskytnite prehľad o tom, ako používať kontrolný zoznam hodnotenia a čo treba dodržiavať. • Uľahčiť dopravu na miesto a z miesta. • Buďte k dispozícii na mieste, aby ste odpovedali na otázky a poskytli pokyny.
Následná relácia (v triede)	Analýza údajov: • Usporiadajte zozbierané údaje do kategórií (napr. ubytovanie, jedlo a nápoje, doprava). • Identifikujte spoločné témy, silné a slabé stránky pozorované počas hodnotenia. • Diskutujte o tom, ako zistenia súvisia s pojmami základných a špecifických služieb v cestovnom ruchu. Šablóna: • Použite poskytnutú šablónu na zostavenie štruktúrovanej správy s podrobnosťami o silných a slabých stránkach a odporúčaníach pre každú hodnotenú kategóriu služieb.
Zhrnutie (v triede)	Otázky na zamyslenie: • Ktoré služby boli najefektívnejšie pri zlepšovaní turistického zážitku a prečo? • Ktoré služby potrebujú zlepšenie a ako by sa dali zlepšiť? • Ako tieto služby prispievajú k celkovému turistickému produktu destinácie?
Kritériá hodnotenia	Kritériá hodnotenia: • Kvalita a úplnosť správy o hodnotení. • Schopnosť identifikovať a analyzovať kľúčové aspekty základných aj špecifických služieb. • Jasnosť pri prezentovaní zistení a odporúčaní. • Účasť a angažovanosť počas terénnej aktivity a následných diskusií.

Modul 4. Analýza profilov zákazníkov pre ponuku cestovného ruchu

V dôsledku Modulu 4 budú študenti kurzu INHERIT schopní analyzovať súčasných klientov – turistov – územia prostredníctvom rôznych prostriedkov, napr. rozhovorov, zberu národných, regionálnych alebo miestnych údajov o cestovnom ruchu. Študenti si budú môcť vybrať profily potenciálnych klientov súvisiace so súčasnou ponukou služieb, najvýznamnejšími prírodnými a kultúrnymi zdrojmi a schopnosťami organizácií pri vývoji produktov cestovného ruchu.

Modul 4 obsahuje tri vzdelávacie aktivity. Prvá je súčasťou bloku 1. Druhá a tretia sú integrované v bloku 2. Všetky vzdelávacie aktivity sa riadia prehľadom súvisiaceho teoretického materiálu.

Názov	1. Rozvoj zákazníckeho profilu
Cieľ	Vypracovať podrobné profily zákazníkov pomocou techník zberu údajov a analýzy.
Pozícia v module	Vložené do jednotky 1 po prediskutovaní kľúčových komponentov profilu zákazníka.
Čas	Približne 1 hodina 30 minút (45 minút na zber údajov, 20 minút na analýzu a 25 minút na vytvorenie profilu).
Nastavenie	Vykonávané v miestnej turistickej oblasti alebo online prostredníctvom prieskumov. Nevyžaduje sa žiadne špecifické nastavenie.
Požadované materiály	Prieskumy/dotazníky, zápisníky, perá, digitálne zariadenia na online zber údajov a prístup k CRM alebo nástrojom na analýzu údajov.
Pokyny pre študentov	1. Vypracujte prieskum na zhromaždenie údajov o demografických údajoch, psychografiách a správaní zákazníkov. 2. Urobte prieskum so vzorkou miestnych turistov alebo online respondentov. 3. Analyzujte zhromaždené údaje, aby ste identifikovali bežné vzory a segmenty.

	4. Vytvorte podrobné profily zákazníkov pre každý identifikovaný segment.
Postup realizácie	1. Tréner vysvetľuje dôležitosť každej zložky profilu zákazníka. 2. Tréner vedie študentov pri vytváraní prieskumu a vykonávaní zberu údajov. 3. Tréner poskytuje podporu pri analýze údajov a vytváraní profilu, ponúka spätnú väzbu a návrhy.
Následná relácia (v triede)	Študenti prezentujú triede svoje profily zákazníkov. Porovnávajú a porovnávajú svoje profily, diskutujú o podobnostiach a rozdieloch. Môže byť poskytnutá šablóna podkladov na prezentáciu profilov.
Zhrnutie (v triede)	1. Akým výzvam ste čelili počas zberu údajov? 2. Ako ste identifikovali bežné vzory v údajoch? 3. Aké poznatky ste získali pri vytváraní profilov zákazníkov? 4. Ako budú tieto profily informovať o vývoji vášho produktu cestovného ruchu?
Kritériá hodnotenia	1. Úplnosť a presnosť zákazníckych profilov. 2. Kvalita zberu a analýzy údajov. 3. Jasnosť a hĺbka prezentovaných profilov. 4. Schopnosť spájať profily s potenciálnymi produktmi cestovného ruchu.
Príloha: Ukážka Turistický pohovorový dotazník 1. Povedzte nám niečo o sebe: - Vek: ____ - Krajina bydliska: ____ - Účel návštevy: ☐ Voľný čas ☐ Služobná cesta ☐ Kombinované ☐ Iné (uved'te): ____ 2. Ako často cestuješ? - ☐ Raz za rok - ☐ 2-3 krát do roka - ☐ Každých pár mesiacov	

- ☐ Mesačne
- ☐ Prvýkrát cestovanie

3. Čo je pre vás najdôležitejšie pri výbere ubytovania?

- ☐ Cena
- ☐ Poloha
- ☐ Úroveň služieb
- ☐ Vybavenie a vybavenie
- ☐ Odporúčania a recenzie
- ☐ Iné (uved'te): ____

4. Aké sú vaše hlavné záujmy počas cestovania? (Vyberte všetky vyhovujúce možnosti)

- ☐ Historické pamiatky
- ☐ Prírodné parky a rezervácie
- ☐ Kultúrne podujatia (výstavy, koncerty)
- ☐ Gastronómia (reštaurácie, ochutnávky)
- ☐ Nakupovanie
- ☐ Zážitková turistika (turistika, cykloturistika)
- ☐ Plážová dovolenka
- ☐ Športové podujatia
- ☐ Rodinná a detská zábava
- ☐ Nočný život (bary, kluby)
- ☐ Relax a wellness (SPA, meditácia)
- ☐ Iné (uved'te): ____

4.1 Môžete z vášho výberu upresniť nejaký konkrétny záujem? (Vyberte všetky vyhovujúce možnosti)

Napr.: Prírodné parky a rezervácie: pozorovanie vtákov, geológia, ...

5. Aký je váš dojem z oblasti, kde sa nachádza naše ubytovanie?

- ☐ Veľmi atraktívne

☐Príjemné, ale nie zvláštne

☐Neutrálne

☐Nepáčilo sa mi to

6. Čo by ste chceli zlepšiť alebo doplniť k službám ubytovania?

☐Viac informácií o miestnych atrakciách

☐Organizácia exkurzií

☐Lepšie možnosti dopravy

☐Rozšírené menu reštaurácie

☐Doplnkové služby pre deti

☐SPA a wellness služby

☐Požičovňa športových potrieb

☐Iné (uved'te): ____

7. S akými ťažkosťami ste sa stretli počas pobytu?

☐Problémy s dopravou

☐Jazyková bariéra

☐Nedostatok potrebných informácií o oblasti

☐Zlé počasie

☐Ťažkosti s organizovaním voľnočasových aktivít

☐Iné (uved'te): ____

8. Aké obavy alebo obavy máte v súvislosti s cestovaním?

☐Bezpečnosť v krajine/meste

☐Stratená batožina

☐Choroba alebo zranenie

☐Jazyková bariéra

☐Stratené doklady

☐Zrušenie alebo meškanie letov

☐Iné (uved'te): ____

9. Čo by ste chceli vidieť na turistickej trase organizovanej naším hotelom?

- ____

10. Ako najradšej plánujete svoje výlety?

- ☐ Nezávisle cez internet
- ☐ Cez cestovné kancelárie
- ☐ Na základe odporúčaní hotela
- ☐ Improvizácia na mieste

11. Máte nejaké ďalšie želania alebo návrhy na zlepšenie vášho pobytu?

- ____

12. Menujete _____

13. Vaše kontakty _____

Názov	2. Mapovanie cesty zákazníka
Cieľ	Mapovať cestu zákazníka a identifikovať kľúčové body kontaktu a oblasti na zlepšenie.
Pozícia v module	Začlenené do jednotky 2 po diskusii o technikách mapovania ciest zákazníka.
Čas	Približne 1 hodina 30 minút (20 minút na úvodné mapovanie, 45 minút na podrobnú analýzu dotykových bodov a 25 minút na prezentáciu).
Nastavenie	Vykonané na miestnej turistickej lokalite alebo ako prehľad prípadovej štúdie v triede.
Požadované materiály	Šablóny ciest zákazníka, značky, veľký papier alebo tabuľa, digitálne zariadenia na výskum.

Pokyny pre študentov	1. Vyberte si turistický produkt alebo službu na mapovanie cesty zákazníka. 2. Identifikujte kľúčové fázy na ceste zákazníka (napr. informovanosť, zvažovanie, nákup, ponákup). 3. Zmapujte si každú fázu, poznamenajte si akcie zákazníkov, emócie a body kontaktu. 4. Analyzujte každý kontaktný bod pre potenciálne zlepšenia.
Postup realizácie	1. Tréner poskytuje príklad mapy cesty zákazníka. 2. Tréner uľahčuje úvodný brainstorming na identifikáciu fáz cesty. 3. Tréner ponúka usmernenie počas analýzy dotykových bodov a spresňovania mapy.
Následná relácia (v triede)	Študenti prezentujú svoje mapy ciest zákazníkov. Diskutujú o identifikovaných kontaktných bodoch a navrhujú zlepšenia. Je možné poskytnúť šablónu pre cestovné mapy.
Zhrnutie (v triede)	1. Aké boli najvýznamnejšie body kontaktu na ceste zákazníka? 2. Ako ste identifikovali oblasti na zlepšenie? 3. Aké zmeny by ste implementovali na základe vašej analýzy? 4. Ako môže mapovanie cesty zákazníka zvýšiť spokojnosť zákazníka?
Kritériá hodnotenia	1. Presnosť a dôkladnosť mapy cesty zákazníka. 2. Prehľadnosť analýzy dotykových bodov. 3. Praktickosť navrhovaných zlepšení. 4. Prehľadnosť a efektívnosť prezentácie.

Príloha: Šablóna na vytvorenie profilu ideálneho zákazníka

1. Demografické informácie

- Vek: Aký je typický vekový rozsah vášho ideálneho zákazníka? (napr. 25-40, 50+)
- Pohlavie: Je vašim ideálnym zákazníkom muž, žena alebo je to rovnako vyvážené?
- Úroveň príjmu: Aká je príjmová skupina tohto zákazníka? (napr. nízky, stredný, vysoký príjem)
- Miesto: Kde býva váš zákazník (domáci, medzinárodný, mestský, vidiecky)?

Príklad:

- Vek: 30-45
- Pohlavie: Žena
- Úroveň príjmu: Stredný príjem
- Miesto: Mestské oblasti, predovšetkým z Európy

2. Psychografia (hodnoty, záujmy, životný štýl)

- Hobby & Záujmy: Čo rád robí váš ideálny zákazník vo svojom voľnom čase? (napr. turistika, kultúrne objavovanie, stravovacie zážitky)
- Hodnoty: Aké sú základné hodnoty, ktoré riadia ich rozhodnutia? (napr. udržateľnosť, autenticnosť, luxus)
- Osobnostné črty: Ako by ste opísali ich osobnosť? (napr. dobrodružný, uvoľnený, zvedavý)

Príklad:

- Záujmy: Outdoorové dobrodružstvá, fotografovanie prírody, kultúrne ponorenie
- Hodnoty: Udržateľnosť, ekologické cestovanie
- Osobnostné črty: Dobrodružný, zvedavý, uprednostňuje skúsenosti mimo vychodených ciest

3. Informácie o správaní

- Cestovné návyky: Ako často cestujú? Čo ich motivuje k výberu destinácie?
- Predvoľby rezervácie: Ako uprednostňujú rezerváciu výletov? (napr. online, cestovná kancelária, priamo u poskytovateľov)
- Preferované aktivity: Aký typ aktivít vyhľadávajú? (napr. historické výlety, túry do prírody, kulinárske zážitky)
- Správanie sa pri výdavkoch: Sú ohľaduplní k rozpočtu alebo sú ochotní minúť viac za jedinečné zážitky?

Príklad:

- Cestovateľské návyky: Zvyčajne cestuje 2-3 krát do roka, motivovaný dobrodružstvami a kultúrnymi zážitkami
- Predvoľby rezervácie: Uprednostňuje rezerváciu prostredníctvom online cestovných platforiem šetrných k životnému prostrediu

- Preferované aktivity: túry do prírody, interakcia s miestnymi obyvateľmi, ochutnávky jedál
- Výdavkové správanie: Ochota zaplatiť viac za autentické, ekologické zážitky

4. Ciele a potreby

- Čo chce váš zákazník dosiahnuť cestovaním? (napr. relaxácia, osobný rast, spoznávanie nových kultúr)
- Aké špecifické potreby má váš zákazník počas svojich ciest? (napr. destinácie vhodné pre deti, udržateľné možnosti, dostupnosť)

Príklad:

- Ciele: Preskúmať nové kultúry a získať hlbšie pochopenie miestnych tradícií
- Potreby: Udržateľné ubytovanie a environmentálne uvedomelé aktivity

5. Body bolesti a výzvy

- Aké sú ich najväčšie frustrácie alebo výzvy pri cestovaní? (napr. preplnené destinácie, nedostatok autentických zážitkov)
- Čo im bráni rezervovať si určité výlety? (napr. cena, dostupnosť, nedostatok miestnej interakcie)

Príklad:

- Pain Points: Nemá rád príliš komercializované turistické miesta, uprednostňuje tiché, autentické zážitky
- Výzvy: Snaží sa nájsť ekologické možnosti, ktoré nerobia kompromisy v oblasti pohodlia

6. Marketingové a komunikačné preferencie

- Odkiaľ získajú cestovné informácie? (napr. sociálne médiá, cestovateľské blogy, ústne vyjadrenia)
- S akým typom obsahu interagujú? (napr. video, články, referencie)
- Preferované komunikačné kanály: Ako preferujú komunikáciu so značkami? (napr. e-mail, sociálne siete, telefónne hovory)

Príklad:

- Cestovateľské informácie: Väčšinou sleduje cestovateľské ovplyvňovače a blogy o ekoturistike
- Zapojenie obsahu: Dobre reaguje na krátke dokumentárne filmy a príbehy skutočných cestovateľov
- Komunikácia: Uprednostňuje zapojenie sociálnych médií a e-mailové bulletiny s prispôsobenými odporúčaniami.

Súhrnný príklad

Názov profilu: The Eco-Adventurer

- Vek: 30-45
- Pohlavie: Žena
- Úroveň príjmu: Stredný príjem
- Miesto: Urban Europe
- Záujmy: Vonkajšie dobrodružstvá, fotografovanie, kultúrne ponorenie
- Hodnoty: Udržateľnosť, ekologické cestovanie
- Osobnostné vlastnosti: Dobrodružný, zvedavý
- Cestovné návyky: 2-3 krát ročne, motivované prírodou a kultúrnymi zážitkami
- Preferované aktivity: Túry do prírody, miestne interakcie, skúsenosti s jedlom
- Výdavkové správanie: Ochota investovať do ekologických a autentických zážitkov
- Body bolesti: Vyhyba sa príliš komercializovaným miestam, chce ekologické možnosti
- Marketingové preferencie: Sleduje ekoturistické blogy, uprednostňuje videoobsah a e-mailové bulletiny

Názov	3. Workshop rozvoja osobnosti
Cieľ	Vytvárať podrobné zákaznícke osoby, ktoré predstavujú kľúčové segmenty cieľového trhu.
Pozícia v module	Vložené do jednotky 2 po diskusii o technikách rozvoja osobnosti.
Čas	Približne 1 hodina 30 minút (20 minút na výskum, 45 minút na vytvorenie osobnosti a 25 minút na prezentáciu).

Nastavenie	Vykonáva sa v triede alebo vo vhodnom priestore workshopu s prístupom k výskumným materiálom.
Požadované materiály	Persona šablóny, výskumné materiály (prístup na internet), fixky, papier, digitálne zariadenia na výskum.
Pokyny pre študentov	1. Preskúmajte demografické, psychografické údaje a údaje o správaní pre cieľový trh. 2. Použite zhromaždené údaje na vytvorenie podrobných osobností pre rôzne segmenty zákazníkov. 3. Zahrňte do každej osobnosti informácie ako vek, pohlavie, záujmy, hodnoty, potreby a bolestivé body. 4. Pripravte prezentáciu každej osobnosti, vyzdvihnite kľúčové charakteristiky a ako ovplyvňujú preferencie produktov cestovného ruchu.
Postup realizácie	1. Tréner poskytuje príklady dobre vyvinutých osobností. 2. Tréner uľahčuje výskumné aktivity a vedie študentov pri získavaní relevantných údajov. 3. Tréner podporuje vytváranie osobností a poskytuje spätnú väzbu k návrhom.
Následná relácia (v triede)	Žiaci prezentujú triede svoje osobnosti. Diskutujú o tom, ako každá osoba ovplyvní marketingové stratégie a stratégie vývoja produktov. Môže byť poskytnutá šablóna podkladov na vytvorenie osobností.
Zhrnutie (v triede)	1. Ako ste zbierali údaje pre svoje osoby? 2. Aké boli kľúčové charakteristiky vašich osobností? 3. Ako môžu tieto osoby pomôcť pri šití produktov cestovného ruchu na mieru? 4. Akým výzvam ste čelili v osobnostnom rozvoji?
Kritériá hodnotenia	1. Úplnosť a hĺbka osobností. 2. Relevantnosť a presnosť použitých údajov. 3. Praktická aplikácia osobností do stratégií cestovného ruchu.

4. Kvalita a prehľadnosť prezentácie.

Príloha: Šablóna pre aMapa cesty zákazníka

1. Fáza uvedomenia

- Cieľ: Ako sa zákazník prvýkrát dozvie o vašom produkte?
- Kontaktné body: Kde sa stretávajú s vašou značkou? (napr. sociálne médiá, webová stránka, cestovateľský blog, ústne vyjadrenie)
- Zákaznícke akcie: Čo robí zákazník? (napr. uvidí reklamu, prečíta článok, dostane odporúčanie)
- Body bolesti: Akým výzvam môže zákazník čeliť v tejto fáze? (napr. nedostatok informácií, máťúce správy)
- Príležitosti: Ako im môžete uľahčiť, aby sa dozvedeli o vašom produkte?

Príklad:

- Dotykové body: príspevok cestovateľského influencera na Instagrame
- Zákaznícke akcie: Zákazníkovi sa príspevok páči a klikne na odkaz na váš web
- Body bolesti: Nedostatok podrobných informácií o osvedčení o udržateľnosti produktu
- Príležitosti: V sociálnych príspevkoch uveďte jasné a stručné podrobnosti o ekologických aspektoch

2. Fáza zvažovania

- Cieľ: Ako zákazník hodnotí váš produkt?
- Kontaktné body: Aké zdroje používajú na preskúmanie vášho produktu? (napr. webové stránky, recenzie zákazníkov, videá YouTube)
- Zákaznícke akcie: Ako zákazník zhromažďuje informácie? (napr. prehliadanie vašich webových stránok, porovnávanie sa s konkurenciou)
- Body bolesti: Čo by im mohlo zabrániť vo výbere vášho produktu? (napr. nejasná cena, nedostatok recenzií)
- Príležitosti: Ako môžete poskytnúť istotu a zjednodušiť ich rozhodovací proces?

Príklad:

- Kontaktné body: Webové stránky, referencie zákazníkov, online recenzie
- Zákaznícke akcie: Číta recenzie, porovnáva ceny s konkurenciou
- Body bolesti: Nejasné podrobnosti o tom, čo je zahrnuté v cene zájazdu
- Príležitosti: Poskytnite podrobné často kladené otázky a rozpis nákladov

3. Fáza rezervácie

- Cieľ: Ako si zákazník zarezervuje váš produkt?

- Kontaktné body: Kde a ako vykonajú rezerváciu? (napr. webová lokalita, telefón, platforma tretej strany)
- Akcie zákazníka: Čo musia urobiť, aby dokončili rezerváciu? (napr. vyplnenie formulára, zavolanie zákazníckeho servisu)
- Body bolesti: Akým prekážkam môže zákazník čeliť pri rezervácii? (napr. zložité formuláre, nedostatok možností platby)
- Príležitosti: Ako môžete zefektívniť proces rezervácie a urobiť ho užívateľsky prívetivejším?

Príklad:

- Kontaktné body: Rezervačná stránka na vašom webe
- Zákaznícke akcie: Zákazník si vyberie dátumy a vyplní podrobnosti rezervácie
- Body bolesti: Obmedzené možnosti platby, dlhé rezervačné formuláre
- Príležitosti: Ponúknite viacero spôsobov platby a zjednodušte formulár s menším počtom povinných polí

4. Fáza skúseností

- Cieľ: Aké sú skúsenosti zákazníka počas cesty?
- Kontaktné body: Ako osobne interagujú s vaším produktom? (napr. sprievodca, ubytovanie, poskytovatelia aktivít)
- Zákaznícke akcie: Čo robia a cítia v tejto fáze? (napr. užívať si prehliadku, klásť otázky, stretávať sa s výzvami)
- Body bolesti: Aké problémy môžu nastať počas cesty? (napr. meškania, zlé služby, nedostatočná komunikácia)
- Príležitosti: Ako môžete zlepšiť ich skúsenosti a zabezpečiť spokojnosť?

Príklad:

- Kontaktné body: Interakcia so sprievodcom, miestne aktivity
- Zákaznícke akcie: Účasť na aktivitách ekoturistiky, skúmanie miestnej kultúry
- Body bolesti: Nesprávna komunikácia o časoch začiatku aktivity
- Príležitosti: Poskytujte jasné itineráre a pravidelné aktualizácie prostredníctvom SMS alebo upozornení aplikácie

5. Pozážitková fáza

- Cieľ: Ako zákazník reflektuje svoje skúsenosti?
- Kontaktné body: Ako poskytujú spätnú väzbu alebo zdieľajú svoje skúsenosti? (napr. recenzie, prieskumy, sociálne médiá)
- Zákaznícke akcie: Čo robia po ceste? (napr. zanechanie recenzie, odporúčanie výletu ostatným)

- Body bolesti: Čo im môže brániť v zdieľaní pozitívnej spätnej väzby? (napr. zložitý proces kontroly, žiadne následné opatrenia)
- Príležitosti: Ako ich môžete povzbudiť, aby zdieľali svoje skúsenosti a zostali v kontakte?

Príklad:

- Dotykové body: Prieskum po ceste, platformy na hodnotenie, sociálne médiá
- Zákaznícke akcie: Zdieľa fotografie na Instagrame, dokončuje prieskum spätnej väzby
- Body bolesti: Nedostatok podnetov na zanechanie recenzie
- Príležitosti: Ponúknete malú zľavu na ich ďalšiu cestu alebo požiadajte o hodnotenie na konci zájazdu

6. Fáza vernosti

- Cieľ: Ako si udržať zákazníka a podporiť opakovaný obchod?
- Dotykové body: Aké metódy používate, aby ste zostali v kontakte so zákazníkom? (napr. e-mailové bulletiny, vernostné programy, špeciálne ponuky)
- Zákaznícke akcie: Čo ich motivuje k návratu? (napr. exkluzívne ponuky, osobná komunikácia)
- Body bolesti: Čo im môže brániť v návrate? (napr. žiadne sledovanie, nedostatok prebiehajúcej angažovanosti)
- Príležitosti: Ako si môžete vybudovať dlhodobú lojalitu a premeniť ich na obhajcov vašej značky?

Príklad:

- Kontaktné body: Následný e-mail s exkluzívnymi ponukami, pozvánkami do vernostného programu
- Zákaznícke akcie: Zákazník dostane ďakovnú správu so zľavou na ďalšiu cestu
- Body bolesti: Žiadny presvedčivý dôvod na zmenu rezervácie alebo ďalšie zapojenie
- Príležitosti: Prispôsobené ponuky na základe ich minulých preferencií a cestovania

Súhrnný príklad mapy cesty pre rodinného cestujúceho

1. Povedomie: Vidí na Facebooku reklamu na túru do prírody pre rodinu.
2. Úvaha: Prezerá si webovú stránku, číta recenzie o bezpečnosti a aktivitách pre deti.
3. Rezervácia: Vyplní jednoduchý formulár, vyberie ubytovanie vhodné pre deti a rezervuje online.
4. Skúsenosti: Uživa si prechádzky prírodou so sprievodcom so vzdelávacími aktivitami pre deti, výborná komunikácia zo strany sprievodcu.
5. Post-Experience: Zdieľa fotografie na sociálnych sieťach, zanecháva pozitívnu recenziu.
6. Lojalita: Dostane e-mail so zľavou na ich ďalšie rodinné dobrodružstvo.

Modul 5. Nácvik štruktúry riadených a interpretačných činností – rozprávanie

V dôsledku Modulu 5 budú študenti kurzu INHERIT schopní identifikovať potenciálne typy cestovného ruchu pre každý zúčastnený región a príslušné špecifické aspekty súvisiace s ponúkanými aktivitami. Študenti budú schopní vytvoriť riadenú aktivitu podľa všeobecnej štruktúry, vrátane štyroch krokov: predbežná aktivita, začiatok, telo a záver a určiť, ktoré prvky sú potrebné.

Modul 5 obsahuje teoretický materiál o turistickom sprievodcovi, interpretácii dedičstva a rozprávaní príbehov. Prvá praktická aktivita je venovaná základným základom a je integrovaná v bloku 5.1. Druhá terénna aktivita je zameraná na navrhnutie prehliadky so sprievodcom a je integrovaná v bloku 5.2.

Názov	1. Vedenie základnej činnosti
Cieľ	Cieľom tejto aktivity je poskytnúť študentom praktickú aplikáciu obsahu preberaného v triede, pokiaľ ide o základné prvky úspešného vedenia. Študenti aplikujú svoje vedomosti prostredníctvom cvičení založených na rôznych situáciách zo skutočného života.
Pozícia v module	Praktické cvičenia budú integrované do celej prvej jednotky, striedavo sa bude teoreticky učiť a praktické aktivity.
Čas	Celkovo praktický obsah jednotky zaberie približne 4 hodiny.
Nastavenie	Na nastavenie tejto terénnej aktivity nie sú kladené žiadne špecifické požiadavky. Študenti by mali cvičiť mimo triedy, v bezprostrednom okolí miesta kurzu.
Požadované materiály	- podporné materiály pre vedenie (mapy, obrázky, knihy, brožúry) - Poľné rekvizity
Pokyny pre študentov	- Na cvičenia vytvorte skupiny 3 až 4 jednotlivcov, pričom zabezpečte, aby sa skupiny pre každú aktivitu menili. - Definujte povolanie sprievodcu v rámci každej skupiny. - Dosiahnite konsenzus s celou triedou.

	• Definujte povinnosti a funkcie sprievodcu. • Dosiahnite konsenzus s celou triedou. • Identifikujte typy cestovného ruchu, kde je sprievodca prospešný. • Precvičte si techniky vedenia diskutované v triede vo dvojiciach.
Postup realizácie	• Podporte príkladmi zo skúseností • Spätná väzba na cvičenia a oblasti zlepšenia • Uľahčiť proces hľadania dohody pre každú skupinu
Následná relácia (v triede)	Následné stretnutia budú prebiehať počas celej aktivity konsolidáciou informácií každej skupiny a dosiahnutím konsenzuálnych odpovedí. Okrem toho budú študenti požiadaní, aby na konci hodiny poskytli spätnú väzbu k celému modulu.
Zhrnutie (v triede)	• Ako sa líši úloha sprievodcu v rôznych typoch cestovného ruchu (napr. kultúrny, dobrodružný, ekoturizmus)? • Ako efektívne môžeme komunikovať a zapájať sa do rôznych cieľových skupín? • Ako zabezpečím, aby moje postupy vedenia boli inkluzívne a rešpektovali rôzne kultúrne perspektívy?
Kritériá hodnotenia	• Precvičte si techniky vedenia s aspoň piatimi zdrojmi, ktoré každý partner projektu označil za zaujímavé.

Názov	2. Navrhnutie prehliadky so sprievodcom
Cieľ	Cieľom tejto druhej terénnej aktivity je zapojiť študentov do tvorby vlastnej komentovanej prehliadky. Začnú identifikovaním prvkov záujmu, ktoré majú zahrnúť do svojej prehliadky. Pomocou rôznych nástrojov zahrnutých v bloku 1 potom navrhnu prehliadku zameranú na prepojenie verejnosti s územím a precvičia si jej poskytovanie.
Pozícia v module	Terénna aktivita bude zaradená na koniec bloku 2 po absolvovaní teoretických vedomostí.
Čas	Bude to trvať asi 6 hodín

Nastavenie	Prostredie by malo byť vybrané v spolupráci so študentmi. Môže to byť buď v blízkosti triedy, alebo v potenciálnej oblasti, kde sa plánuje prehliadka so sprievodcom, za predpokladu, že je v blízkosti.
Požadované materiály	• podporné materiály pre vedenie (mapy, obrázky, knihy, brožúry) • Poľné miniaplikácie
Pokyny pre študentov	• Študenti by mali identifikovať a vybrať prvky a turistické zdroje, ktoré chcú zahrnúť do svojej cesty, podľa kritérií uvedených v Module 2. • Potom navrhnu prehliadku so sprievodcom pomocou nástrojov z 1. bloku a teoretických konceptov z 2. bloku. • Na konci hodiny budú mať študenti príležitosť prezentovať svoju prehliadku v reálnom prostredí pred publikom a dostanú spätnú väzbu a hodnotenie od učiteľa.
Postup realizácie	• Podporte príkladmi zo skúseností • Spätná väzba na cvičenia a oblasti zlepšenia • Podpora pri tvorení príbehov
Následná relácia (v triede)	Každý študent dostane špecifickú spätnú väzbu o svojej prehliadke a definované oblasti zlepšenia, aby ju mohol zlepšiť.
Zhrnutie (v triede)	• Sú prvky a zdroje zahrnuté v prehliadke relevantné a pútavé pre cieľové publikum? • Je prehliadka dobre organizovaná a štruktúrovaná v logickom slede? A použil som jasný a stručný jazyk, ktorý je pre publikum ľahko zrozumiteľný? • Dokážem prispôbiť svoju prezentáciu potrebám a reakciám publika? • Ako na turné reagovalo publikum? Dostal som konštruktívnu spätnú väzbu?
Kritériá hodnotenia	• Navrhnete aspoň 4 sprievodcov, 10 výkladových príbehov pre každého partnera projektu • Identifikujte aspoň 4 možné aktivity pre každého projektového partnera.

Modul 6. Vývoj produktov cestovného ruchu

V dôsledku Modulu 6 budú študenti kurzu INHERIT schopní syntetizovať skúsenosti získané v predchádzajúcich moduloch, vytvoriť, označiť a predávať turistický produkt založený na interpretácii dedičstva a rozprávání príbehov v ich miestnej oblasti. Študenti si budú môcť vytvoriť etický kódex správania založený na pilieroch udržateľnosti (ekonomické, sociálne, environmentálne a kultúrne), aby sa zabezpečila koherentná budúcnosť cestovného ruchu na ich území.

Praktická aktivita integrovaná v Module 6 je založená na projekte a vyžaduje od študentov, aby navrhli turistický produkt, vyvinuli jeho značku a marketingový plán na jeho propagáciu.

Názov	Navrhovanie, budovanie značky a marketing produktu udržateľného cestovného ruchu
Prehľad	Táto aktivita zapája účastníkov do praktického vývoja produktov cestovného ruchu. V skupinách si účastníci vyberú miesto, vyvinú turistický produkt, vytvoria identitu značky a navrhnu marketingový plán. Dôraz je kladený na udržateľnosť, inovácie a zákaznícky orientovaný prístup, ktorý zahŕňa základné koncepty produktového dizajnu, značky a marketingu.
Cieľ	Aplikujte princípy dizajnu produktu na vytvorenie produktu cestovného ruchu pripraveného na trh. Vytvorte jasnú identitu značky, ktorá komunikuje hodnoty a jedinečnosť produktu cestovného ruchu. Vytvorte a prezentujte marketingový plán pomocou digitálnych nástrojov so zameraním na udržateľnosť a oslovenie cieľového publika. Podporujte tímovú prácu a kreativitu s cieľom rozvíjať inovatívne ponuky cestovného ruchu.
Pozícia v module	Táto terénna aktivita je po teoretickej diskusii o branding, marketingových stratégiách a trvalo udržateľnom rozvoji produktov začlenená do jednotky 6.2 modulu Rozvoj produktov cestovného ruchu.
Čas	Celkové trvanie: 3 hodiny

	• Príprava a plánovanie: 20 minút • Rozvoj značky: 50 minút • Rozvoj marketingovej stratégie: 50 minút • Prezentácia a spätná väzba: 40 minút • Zbalenie a reflexia: 20 minút
Nastavenie	Účastníci budú pracovať v malých skupinách v uzavretých priestoroch, pomocou notebookov alebo tabletov rozvíjať identitu značky, vytvárať stratégie digitálneho marketingu a pripravovať prezentácie. V závislosti od lokality môžu skupiny pre inšpiráciu preskúmať aj miestne produkty cestovného ruchu.
Požadované materiály	Notebooky/tablety s prístupom na internet pre digitálny marketingový prieskum. Papier, fixky a farebné perá na skicovanie log a prvkov značky. Softvér na video alebo grafický dizajn (voliteľné) na pokročilú tvorbu propagačného obsahu. • Projektor alebo veľké plátno na prezentácie.
Pokyny pre študentov	Príprava a plánovanie (20 minút) • Preskúmajte produkt cestovného ruchu, ktorý bol predtým vyvinutý v predchádzajúcich aktivitách. • Rozdeľte sa do skupín (4-5 ľudí) a pridajte im role (napr. stratég značky, marketingový stratég, kreatívny riaditeľ). • Identifikujte jedinečné prednosti produktu a diskutujte o tom, ako ich začleniť do stratégie značky a marketingu.
Postup realizácie	Krok 1: Rozvoj značky (50 minút) Cieľ: Vytvorte silnú, jedinečnú identitu značky pre produkt cestovného ruchu. Vývoj značky a loga ○ Vymyslite a dokončite zapamätateľný a pôsobivý názov produktu. ○ Načrtnite jednoduché logo alebo vizuálnu reprezentáciu, ktorá komunikuje základné hodnoty produktu cestovného ruchu. Tvorba sloganov a rozprávanie príbehov značky

- Vytvorte krátky, pútavý slogan, ktorý odráža jedinečné predajné vlastnosti produktu.
- Napíšte pútavý príbeh značky, ktorý zdôrazní udržateľnosť, zákaznícku skúsenosť a jedinečnú hodnotovú ponuku produktu.

3. Umiestnenie značky

- Umiestnite značku na konkurenčnom trhu zdôraznením toho, čím vyniká (napr. ekologickosť, kultúrna autenticnosť, dobrodružstvo).
- Zvážte cieľové publikum, konkurenčné prostredie a súčasné trendy cestovného ruchu.

Krok 2: Vývoj marketingovej stratégie (50 minút)

Cieľ: Vytvorte komplexnú digitálnu marketingovú stratégiu na propagáciu produktu cestovného ruchu.

1. Prieskum trhu a segmentácia publika

- Vykonajte rýchly prieskum na identifikáciu cieľových segmentov zákazníkov z predchádzajúceho modulu.
- Analyzujte trendy cestovného ruchu súvisiace s produktom (napr. rastúci záujem o ekoturizmus, dobrodružné cestovanie, wellness cestovný ruch).

2. Segmentácia, zacielenie a umiestnenie

- Definujte segmenty trhu a vyberte najrelevantnejšie cieľové skupiny (napr. mileniáli, hľadači dobrodružstiev, ekologicky zmýšľajúci cestovatelia).
- Vytvorte vyhlásenie o umiestnení, ktoré komunikuje hodnotu produktu vybranému publiku.

3. Marketingový mix (4P)(30 minút)

- **Produkt:** Skontrolujte existujúce funkcie produktu a vykonajte konečné úpravy na základe potrieb zákazníkov.
- **Cena:** Definujte cenovú stratégiu, ktorá odráža hodnotu produktu aj postavenie na trhu.
- **Miesto:** Identifikujte vhodné distribučné kanály (napr. online platformy, cestovné kancelárie, sociálne médiá).
- **Propagácia:** Vyvíjajte propagačné stratégie pomocou nástrojov digitálneho marketingu (kampane na

sociálnych sieťach, partnerstvá s influencerami, e-mailový marketing).

4. Rozvoj stratégie digitálneho marketingu

- Vytvorte si online prítomnosť navrhnutím vstupnej stránky alebo načrtnutím nápadov pre web.
- Naplánujte si obsahovú marketingovú stratégiu (napr. blogové príspevky, krátke propagačné videá, pútavé príspevky na sociálnych sieťach) na propagáciu produktu cestovného ruchu.
- Načrtnite stručnú stratégiu SEO na zlepšenie viditeľnosti online a zvýšenie organickej návštevnosti.
- Identifikujte influencerov alebo blogerov, ktorých publikum je v súlade s cieľovým trhom a hodnotami produktu.

Krok 3: Prezentácia a spätná väzba (40 minút)

Cieľ: Prezentujte vypracovanú značku a marketingovú stratégiu skupine na spätnú väzbu.

1. Skupinové prezentácie

- Každá skupina predstaví svoju identitu značky, marketingovú stratégiu a plán digitálnej kampane.
- Prezentácie by mali obsahovať maketu alebo storyboard prvkov digitálneho marketingu (napr. kampaň na sociálnych sieťach, koncepty blogových príspevkov alebo nápady na dizajn webových stránok).

2. Spätná väzba a diskusia

- Spätná väzba od kolegov a inštruktorov sa zameria na efektivitu brandingu, jasnosť marketingového posolstva a celkovú kreativitu pri propagácii produktu cestovného ruchu.
- Skupiny budú povzbudzované, aby vo svojej stratégii identifikovali potenciálne zlepšenia a oblasti na zdokonalenie.

Krok 4: Zbalenie a reflexia (20 minút)

Cieľ: Zamyslite sa nad procesom brandingu a marketingu a jeho aplikáciou v cestovnom ruchu.

	1. Diskusia ○ Aké boli hlavné výzvy, ktorým čelili počas vývoja značky a marketingu? ○ Ako skupina zabezpečila konzistentnosť medzi príbehom značky, vizuálnou identitou a marketingovým posolstvom? ○ Ako sa dajú digitálne marketingové stratégie vyvinuté počas tejto aktivity využiť v širších marketingových kampaniach cestovného ruchu? 2. Reflexia ○ Diskutujte o dôležitosti značky zameranej na zákazníka a o tom, ako boli zásady udržateľnosti integrované do marketingovej stratégie. ○ Povzbudzujte účastníkov, aby zvážili, ako by sa tieto zručnosti mohli uplatniť v skutočných podnikoch cestovného ruchu, najmä v konkurenčnom digitálnom prostredí.
Kritériá hodnotenia	Kreativita: Schopnosť skupiny vytvoriť pútavú a výraznú identitu značky. Konzistencia značky: Ako dobre boli prvky značky (názov, logo, slogan) integrované do marketingovej stratégie. Marketingová správa: Jasnosť a účinnosť marketingového posolstva pri dosahovaní cieľového publika. Udržateľnosť: Ako boli princípy udržateľnosti začlenené do brandingových a propagačných kampaní. Technické prevedenie: Kvalita a súdržnosť marketingového plánu vrátane prezentovaných digitálnych stratégií a obsahových nápadov. • Tímová spolupráca: Efektívnosť tímovej práce pri dosahovaní cieľov činnosti a rozdeľovaní povinností.

VI. Časový rámec činností

Jednotka 1.1: Prírodné zdroje	1 h 30 min
Úvod do prírodných zdrojov v cestovnom ruchu	30 min
Podrobná prezentácia o kategóriách prírodných zdrojov (flóra, fauna, geológia, podnebie atď.)	1 hod
Jednotka 1.2: Kultúrne zdroje	1 h 30 min
Úvod do kultúrnych zdrojov v cestovnom ruchu	30 min
Podrobná prezentácia o kategóriách kultúrnych zdrojov (architektúra, remeselné umenie, folklór, gastronómia atď.)	1 hod
Príprava terénnej činnosti	1 h 30 min
Prehľad a plánovanie terénnej aktivity	20 min
Výber a prieskum územia na analýzu v teréne	30 min
Príprava skupiny: Plánovacie nástroje a techniky pre analýzu zdrojov na mieste	40 min
Aktivita v teréne	10 hod
Analýza a identifikácia prírodných a kultúrnych zdrojov na mieste	8 hod
Organizácia v triede, združovanie a kontrola zistení	2 hod
Záver, reflexia a zhrnutie	30 min
Kľúčové poznatky a úvahy o skúsenostiach s činnosťou v teréne	20 min
Záverečná diskusia: Prepojenie zdrojov s trvalo udržateľným cestovným ruchom	10 min
Celkom:	15 hod
Modul 2: Hodnotenie a predbežný výber územných zdrojov	
	Čas
Jednotka 2.1: Kritériá analýzy a výberu zdrojov	1 h 30 min
Úvod a prezentácia tém Temporalita, Rarita, Dopyt a Polyvalencia	40 min

Cvičenie o polyvalencii	20 min
Prezentácia prístupnosti	10 min
Skupinový brainstorming o dostupnosti	10 min
Prezentácia vlastníctva	10 min
Jednotka 2.2: Udržateľnosť vidieckeho turizmu	1 h 40 min
Prezentácia o štyroch pilieroch udržateľnosti: environmentálnom, kultúrnom, sociálnom a finančnom	40 min
Brainstormingové cvičenie	20 min
Prezentácia o vzťahu so značkami/typmi v oblasti	10 min
Cvičenie v skupinách (nasledované hlásením a diskusiou)	30 min
Terénna činnosť	1 h 30 min
Úvahy zo zasadnutia a ukončenia	20 min.
Celkom:	5 hodín
Modul 3: identifikácia a analýza územných služieb spojených s cestovným ruchom	
Jednotka 3.1: Základné služby v hodnotovom reťazci cestovného ruchu	1 h
Jednotka 3.2: Špecifické služby, ktoré prinášajú pridanú hodnotu	1 h
Terénna aktivita:	2 h
• Úvod na stránku	30 min
• Hodnotenie a zber údajov	1 h
• Návrat a úvodná diskusia	30 min
Celkom:	4 hodiny

Modul 4. Analýza profilov zákazníkov pre ponuku cestovného ruchu		Čas
Úvod a výsledky vzdelávania		15 min
Kapitola 4.1 Čo tvorí profil zákazníka		30 min
Kľúčové komponenty zákazníckeho profilu		15 min
Vytvorenie profilu zákazníka		15 min
Kapitola 4.2 Prístupy a nástroje pre zákaznícku analýzu		30 min
Prístupy k analýze zákazníkov		15 min
Nástroje na analýzu zákazníkov		15 min
Aktivita v teréne		4,5 h
Zákaznícky profil aktivity 1 – • Zber údajov - 45 minút • Analýza - 20 minút • Vytvorenie profilu - 25 minút		1 h 30 min
Aktivita 2 Mapovanie cesty zákazníka – • Počiatočné mapovanie - 20 minút • Podrobná analýza dotykových bodov - 45 minút • Prezentácia - 25 minút		1 h 30 min
Aktivita 3 Workshop rozvoja osobnosti- • Výskum - 20 minút • Tvorba osoby – 45 minút • Prezentácia - 25 minút		1 h 30 min
Reflexia		15 min
Celkom		6 hodín
Modul 5: Vedenie a tlmočenie		Čas
Jednotka 5.1: Vedenie		3 h

Úvod do profesie sprievodcu: úlohy, zodpovednosti, historický kontext	30 min
Prezentácia o typoch cestovného ruchu a sprievodcovských prístupoch (kultúrny, dobrodružný, ekoturizmus)	30 min
Etické štandardy a osvedčené postupy pri vedení	30 min
Podrobný prehľad techník interakcie sprievodca a návštevníka	30 min
Interaktívne rolové cvičenia: Precvičovanie kľúčových techník vedenia	1 h
Lekcia 5.2: Interpretácia dedičstva a rozprávanie	3 h
Úvod do interpretácie dedičstva: Pojmy a význam v cestovnom ruchu	20 min
Prezentácia o technikách a nástrojoch na efektívnu interpretáciu	20 min
Rozprávanie ako základný interpretačný nástroj: Vytváranie pútavých príbehov	20 min
Cvičenie: Rozvíjanie tém a techník rozprávania príbehov	1 h
Plánovanie a príprava na terénnu aktivitu: Výber kľúčových prvkov dedičstva a navrhnutie prehliadky	1 h
Aktivita v teréne	9 h 30 min
Prehliadka so sprievodcom na mieste so zameraním na tlmočnicke techniky	6 h
Zhromažďovanie v triede a kontrola zistení z terénnej činnosti	2 h
Workshop spätnej väzby: Zdokonaľovanie zručností na základe pozorovaných výkonov v teréne	1 h 30 min
Záver a zhrnutie	30 min
Úvaha o rozvoji sprievodcovských a interpretačných zručností	20 min
Záverečná diskusia: Dlhodobý vplyv sprievodcov na ochranu dedičstva	10 min

Celkom	16 hodín
Modul 6: Vývoj produktov cestovného ruchu	Čas
Jednotka 6.1: Dizajn produktu	30 min
Jednotka 6.2: Branding a marketing produktu	30 min
Terénna aktivita:	3 h
• Príprava a plánovanie	20 min
• Rozvoj značky	50 min
• Rozvoj marketingovej stratégie	50 min
• Prezentácia a spätná väzba	40 min
• Zábal a reflexia	20 min
Celkom:	4 hodiny

VII. Inštruktážne pokyny pre trénerov INHERIT

Ako už bolo spomenuté vyššie, zážitkové učenie znamená posun v úlohe trénera z tradičného inštruktora na facilitátora učenia. Súčasný vzdelávací program trvá celkovo 50 hodín. Tie je možné naplánovať buď na 5 dní za sebou alebo na 2-3 kratšie tréningové obdobia. Správna facilitácia v mene školiteľa zaisťuje pracovné postupy orientované na cieľ a študenta počas celého šesťmodulového kurzu a vo všetkých fázach každého modulu: fáza návrhu, fáza správania, fáza hodnotenia a spätnej väzby.

Akokoľvek skúsení môžu byť dobrí skúsení tréneri, vždy sa pripravujú na konkrétny tréning. Organizácia dobre vyváženého tímu, stanovenie agendy, dôkladné prechádzanie prezentácií a úloh, metód, materiálov a výsledkov ušetrí veľa potenciálnych problémov a dáva študentom aj školiteľom pocit spokojnosti na konci dňa.

Aj keď je školenie INHERIT špecificky štruktúrované podujatie so solídnym scenárom a krokmi, facilitácia sa riadi rovnakými všeobecnými pravidlami testovanými časom na rôznych formátoch.

Mať ich na pamäti vždy pomôže dobrému trénerovi a zabezpečí atmosféru, správanie a výsledky kurzu:

1. Rôzne roly a úlohy:

Zážitkový tréner sa ako dobrý facilitátor líši od:

- lektor
- šéf/predseda
- zabávač
- učiteľ
- poradca.

Úlohy facilitátora:

- viesť učiacich sa
- spravovať skupinu
- na výber metód a prístupov
- navrhovať úlohy a postupy
- motivovať študentov
- vytvoriť v skupine konštruktívnu atmosféru.

Tip: *nemiešať roly; buďte facilitátorom bez ohľadu na to, aká je vaša úloha mimo školenia. Aj keď ste odborníkom, šéfom alebo učiteľom v reálnom živote, nesprávajte sa ako jeden pri poskytovaní tohto druhu zážitkového školenia. Zdržať sa posudzovania alebo udeľovania skóre zo skúšky.*

2. Facilitácia – základné techniky

Facilitačné techniky možno rozdeliť do dvoch skupín; jeden sa týka správania školiteľa, druhý aplikovaných metód.

Správanie

- Dohoda s publikom
- Použitie vizualizácie/obrázok
- Použitie priestoru
- Používanie hlasu
- Vnímanie / tlmočenie / oceňovanie
- Parafrázovanie
- Čítanie reči tela
- Zhrnutie a nastavenie ďalších krokov

Metódy

- Vedenie brainstormingu
- Formulovanie úloh a otázok
- Vytváranie skupín a preskupovanie
- Uľahčenie zdieľania výsledkov skupinovej práce
- Dodržiavanie času
- Použitie energizérov
- Vyhodnotenie relácie/ celého kurzu

Tip: Keď vediete školenie INHERIT (alebo akékoľvek iné školenie), vytvorte si plán celej udalosti. Pre každý modul a postupnosť pripravte zodpovedajúce správanie a prepojte ho s metódou, ktorú plánujete použiť. Zamyslite sa nad materiálmi, ktoré budete používať: flipchart/biela tabuľa, projektor, fixky, prezentácie atď. a uistite sa, že ich máte na mieste konania.

3. Pracovné pravidlá pre facilitátorov

Nevyhnutné podmienky

- byť dobre pripravený a potom pružne reagovať
- dodržujte tréningový program flexibilne, ale nerobte kompromisy s výsledkami
- uvedomte si potrebný aj dostupný čas

Usmerňujte študentov bez manipulácie

- získajte dôveru skupiny - ukážte, že ste dobre pripravení
- urobiť pre skupinu transparentnú logiku vzdelávacieho programu INHERIT
- presne vysvetliť úlohy, ktoré treba vykonať

Spravujte otázky a kritiku

- prijímať otázky a kritiku a vizualizovať ich
- nikdy sa neospravedlňujte/neospravedlňujte
- odovzdať otázky a kritiku skupine študentov a požiadať o ďalšie názory
- zaznamenajte si otázky, ktoré nesúvisia s aktuálnou témou, do zoznamu poznámok

Facilitácia s kolegom – jeho/jej úloha:

- pomáhať hlavnému trénerovi
- sledovať skupinu a čas
- pomôcť pri vysvetľovaní úloh v pracovných skupinách
- robiť si poznámky, zhrnúť
- pomôcť vizualizácii

Tip: V tréningu INHERIT je úloha školiteľov ako facilitátorov kľúčová. Oboznámte sa so scenárom, načasovaním a úlohami pre rôzne moduly od začiatku do konca. Pri práci v tíme si všetci školitelia vopred prechádzajú celým scenárom, pričom si navzájom rozdeľujú úlohy, úlohy a očakávania.

4. Vizualizácia: prečo a ako ju používať

- Uľahčuje aktívne sledovanie a lepšiu asimiláciu doručených informácií
- Zlepšuje zameranie na diskutovaný problém
- Uľahčuje sledovanie a zapamätanie kontextu, štruktúr a procesu
- Umožňuje celkový pohľad a pomáha ukázať prepojenia a vzťahy
- Vyžaduje si to však dôkladnejšiu prípravu
- Núti študentov používať presné a konkrétne argumenty
- Znižuje emocionálnu implikáciu, keď vzniká hádka
- Slúži ako dokumentácia zaznamenávaním návrhov, nápadov a výsledkov

Tip: V tréningovom kurze INHERIT zohráva významnú úlohu vizualizácia: uistite sa, že zadávate správne úlohy a formáty/materiály podávania správ, aby študenti pri všetkých stoloch cítili, že ich výkon je rovnaký. Buďte kreatívni, napriek tomu sa vyhnite improvizácii: v prípade, že neviete nakresliť obrázok alebo tabuľku, pripravte si ich vopred, namiesto toho, aby ste riskovali, že vám neporozumiete.

5. Fotoprotokol

Fotografický protokol je užitočným dokumentom pre študentov v kurze DEDENIE. Všetky nápady a praktické návrhy je možné reprodukovать tak, ako vyzerali počas podujatia. Prenáša sa nielen verbálna informácia, ale aj dizajn, grafika atď. Ak sú na fotografiách viditeľné osoby, má fotoprotokol dokonca aj emocionálny aspekt. Udržujte vysoký štandard kvality! Dobrá kvalita fotoprotokolu začína kvalitou fixiek a čitateľným písaním vás a študentov. Ďalšou prekážkou je používanie fotoaparátu. Umiestnite fotoaparát presne do stredu grafu, ktorý chcete fotografovať, aby ste získali obdĺžnikový obrázok.

Fotografický protokol si môžete vytvoriť na svojom počítači pomocou jednoduchého programu PowerPoint alebo programu Word. Znížte počet pixelov záberov podľa obsahu; čo umožňuje udržať veľkosť súboru na prijateľnej úrovni.

Tip: Vždy, keď vysvetľujete úlohy pre pracovné skupiny, poučte študentov, ako písať na kartičky/flipcharty. Pri fotografovaní držte fotoaparát v pokoji!

6. Zadania pre skupinovú prácu

Väčšinou väčšina účastníkov po jedinom ústnom prejave rozumie úlohe len čiastočne.

Zadanie obsahuje nasledujúce položky:

- Zloženie a veľkosť skupiny
- Úloha (činnosť, ktorú treba vykonať)
- Cieľ / účel úlohy
- Návrh postupu (kroky, rozdelenie práce)
- Čas k dispozícii
- Materiály
- Konkrétny očakávaný výsledok (ak je to možné, nasleduje príklad)
- Rady týkajúce sa prezentácie (čo by sa malo prezentovať, ako a v akom čase?)

Tip: Zadania pre skupinovú prácu alebo úlohy vždy starostlivo formulujte, zapíšte si ich alebo ich účastníkom vizualizujte. Hlavnému školiteľovi v module/relácii môžu pomôcť jeho kolegovia, ktorí môžu veľmi pomôcť s objasňovaním úloh jednotlivým skupinám alebo študentom (za predpokladu, že sú vopred pripravení).

Aby sme to zhrnuli, tréningový program INHERIT vyžaduje, aby tréneri prešli od tradičnej výučby k facilitácii a vychádzali z princípov zážitkového učenia. Školitelia zohrávajú dôležitú úlohu pri vedení študentov počas procesu získavania vedomostí a zručností. Dodržiavaním štruktúrovaných usmernení pre facilitáciu školitelia zaisťujú pútavú a na výsledky orientovanú skúsenosť zameranú na študenta, čím pripravujú účastníkov na výzvy skutočného sveta.

Úspech tréningu závisí od interaktivity, flexibility a efektívneho využívania techník ako vizualizácia a skupinová dynamika. Tímová práca a prepracovaná príprava sú kľúčové na to, aby ste sa vyhli potenciálnym problémom a aby sa študenti aj školitelia cítili spokojní.

VIII. Referencie

1. Bhattacharjee, J. (2015). Konštruktivistický prístup k učeniu – efektívny prístup k výučbe učenia. International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies, Vol. 1, číslo 1, 65-74.
2. Brame, JC (2016). Aktívne učenie. Centrum pre výučbu univerzity Vanderbilt. URL:<https://cft.vanderbilt.edu/active-learning/>, Sprístupnené 3. októbra 2024.
3. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:54958385>.
4. Johnson, D. & Johnson, R. (2018). Kooperatívne učenie: základ pre aktívne učenie https://www.researchgate.net/publication/330952938_Cooperative_Learning_The_Foundation_for_Active_Learning. Prístup 3. októbra 2024.
5. Kolb, D. (1984). Zážitkové učenie: Skúsenosť ako zdroj učenia a rozvoja. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
6. Lachapelle, S. & N. Whiteside (2017). Zážitkové vzdelávanie – rámec pre dosah. URL:https://www.uoguelph.ca/experientiallearning/sites/uoguelph.ca.experientiallearning/files/draft%20structure%20for%20EL%20hub%20%20for%20senate_1.pdf, Prístup 1. októbra 2024.
7. Mainemelis, C., Boyatzis, R., & Kolb, D. (2002). Štýly učenia a adaptívna flexibilita. Testovanie teórie skúsenostného učenia. Sage Publications London, Thousand Oaks, CA a New Delhi Vol. 33 (1): 5-33.
8. Mollaei, F. & H. Rahmana (2012). Príspevok zážitkového vzdelávania k výučbe jazykov. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_2_No_21_November_2012/31.pdf. Prístup 2. októbra 2024.
9. Wolfe, D & Byrne, E. (1975). Výskum zážitkového učenia: Zlepšenie procesu. Vývoj obchodnej simulácie a zážitkového učenia. Vol. 2, URL: