Erasmus+ KA2 projektSTORIE

Razvoj kapaciteta ruralnih poduzeća za kreiranje i promociju održivih turističkih proizvoda temeljenih na nematerijalnoj kulturnoj baštini

Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava br. 2018-1-HU01-KA202-047746

Intelektualni rezultat 1: STORIE edukacijski program

SAŽETAK

Podrška Europske komisije za izradu ove publikacije ne predstavlja potporu sadržaju koji odražava stavove samo autora i Komisija ne može biti odgovorna za bilo kakvu upotrebu koja se može koristiti od podataka sadržanih u njima.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

SADRŽAJ

1. UVOD 3

2. ANALIZA POTREBNIH VJEŠTINA 3

2.1. METODOLOGIJA 3
2.1. DEFINIRANJE POTREBNIH VJEŠTINA 3

2. CURRICULUM 5

2.1. CILJEVI STORIE EDUKACIJSKOG PROGRAMA 5
2.2. ISHODI EDUKACIJA 5
2.3. TEME STORIE EDUKACIJSKOG PROGRAMA 6

3. PEDAGOŠKI PRISTUP 6

3.1. POJMOVI KOJI STOJE IZA PEDAGOŠKOG PRISTUPA 6
3.2. PUT UČENJA SA STAJALIŠTA SUDIONIKA 8
3.3. PROSTOR ZA E-UČENJE 8

4. VREDNOVANJE I PROCJENA 9

1.Uvod

Projekt Erasmus + STORIE (2018.-2020.) ima za cilj poboljšati konkurentnost malih ruralnih poduzeća razvijanjem njihovih vještina i kapaciteta za osmišljavanje i promociju održivih turističkih proizvoda na temelju nematerijalne kulturne baštine. Projekt će uvesti inovativni program edukacija i internetski edukacijski alat, olakšat će razvoj lokalnih poslovnih zajednica i pilotno će se testirati turističko iskustvo u partnerskim regijama.

Primarnu ciljnu skupinu projekta čine male ruralne tvrtke u turističkom sektoru ili povezane s turističkim sektorom. Ostali potencijalni korisnici projekta uključuju ruralna poduzeća koja bi mogla razmotriti uključivanje u turistički sektor ili suradnju s primarnom ciljnom skupinom u razvoju turističkih proizvoda: Zainteresirane strane projekta uključuju udruge, poslovni sektor i konzultantske organizacije, obrazovne institucije i političke organizacije.

Projekt će razviti 3 intelektualna rezultata:

- O1 - STORIE Program edukacija
- O2 - STORIE Alat za edukacije
- O3 - STORIE Pregled i iskustva

Aktivnosti koje vode do rezultata 1 imaju za cilj:

- Identificirati i razmijeniti najbolje prakse i metodologije za razvoj vještina i kapaciteta malih ruralnih poduzeća na području kreiranja i promocije turističkih proizvoda i suradnje,

- Analiziranje programa edukacije prethodno razvijene od strane projektnih partnera,

- Prilagođavanje postojećeg programa kako bi se stvorio novi, prilagođeni program koji je posebno usmjeren na popunjavanje nedostataka u vještinama ruralnih poduzeća.

Ovaj dokument predstavlja sažetak rezultata 1. Potpuna verzija rezultata 1 dostupna je na web stranici projekta www.projectstorie.eu.

2. Analiza potrebnih vještina

2.1. Metodologija

Preliminarna analiza potreba provedena je u fazi prijave projekta. U svakoj partnerskoj zemlji je provedena dodatna analiza – upitnici i intervjui s predstavnicima ciljne skupine i dionicima kako bi bili sigurni da su obuhvaćene sve potrebe i da će značajno doprinijeti razvoju STORIE edukacijskog programa.

Terenski rad u svakoj zemlji projekta slijedio je zajedničke smjernice razvijene u tu svrhu. Terenski rad sastojao se od upitnika i intervjua. Upitnik (112 ispitanika) obavljen je u siječnju i veljači, a intervjui (66 sudionika) u veljači-ožujku 2019. godine.

2.1. Definiranje potrebnih vještina

Ankete i intervjui u zemljama partnerima projekta STORIE potvrdili su glavne zaključke desk istraživanja: partnerske zemlje projekta STORIE bogate su nematerijalnom kulturnom baštinom, male seoske tvrtke su spremne učiti i žele poboljšati svoje marketinško znanje, preferiraju praktične programe edukacija jer su vremenski ograničeni, online učenje je prihvatljivo i ponekad preferirano, ali također je važan kontakt licem u lice s ciljem pružanja praktične podrške i poticanja umrežavanja i suradnje lokalnih tvrtki.

Mnogi su se primjeri integracije nematerijalne kulturne baštine u turističke proizvode našli u intervjuima, pokazujući da je ciljna skupina prilično upoznata s konceptom nematerijalne kulturne baštine u turizmu. Ovi se primjeri mogu također koristiti u izradi case studija projekta.

Teme koje bi mogle biti uključene u STORIE edukacijski program, temeljene na upitniku, su (prema redoslijedu interesa - od one koja izaziva najviše interesa):

1. E-marketing i društvene mreže
2. Marketing proračun
3. Ponašanje potrošača
4. Marketing Miks
5. Tehnike suradnje
6. Nematerijalna kulturna baština u turizmu
7. Marketing Strategija
8. Segmentacija tržišta
9. Kreiranje i upravljanje turisičkim proizvodima
10. Strategije i pristupi određivanju cijena
11. Tehnike kreativnosti

Međutim, razlika u razini zanimanja za određene predmete vrlo je mala - onu koja je privukla najviše interesa odabralo je 57% ispitanika, a onu s najnižom razinom zanimanja - 45%.

Predstavnici ciljne skupine u različitim partnerskim zemljama koji su bili dio rješavanja upitnika odabrali su različite teme kao najzanimljivije:

- **Mađarska: Kreiranje i upravljanje turističkim proizvodima**; Marketing strategija; Ponašanje potrošača, Marketing Miks, Tehnike kreativnosti; E-marketing i Društvene mreže
- **Hrvatska: Marketing proračun**, E-marketing i Društvene mreže
- **Cipar: E-marketing i društvene mreže**, Marketing strategija
- **Litva: Marketing Miks**, Ponašanje potrošača, Segmentacija tržišta, Nematerijalna kulturna baština u turizmu, E-marketing i Društvene mreže i Marketing proračun
- **Španjolska: Tehnike kreativnosti**, Ponašanje potrošača i Marketing miks

Intervjui nisu previše utjecali na izbor predmeta. Ispitanici intervjua u Mađarskoj i Hrvatskoj izrazili su istu zainteresiranost kao i u anketi. Ispitanici na Cipru pokazali su veću zainteresiranost za „Dizajn i upravljanje turističkim proizvodima“ kao i načine integriranja nematerijalne kulturne baštine u turističke proizvode, nego kad su popunjavali anketu. Ispitanici intervjua iz Litve pokazali su nešto više interesa za marketinšku strategiju, ali složili su se s ostalim predmetima odabranim u anketi. Španjolski sudionici željeli bi naučiti razumjeti klijente te kako komunicirati s njima, što je također veći stupanj zanimanja nego u upitniku (Potrošačko ponašanje, Marketing Mix).

Očekuje se da će STORIE edukacijski program biti praktičan, modularan, s dovoljno primjera i korisnih materijala, koji lako mogu biti primjenjeni u praksi. Potencijalni sudionici programa učenja su spremni odvojiti nekoliko sati tjedno kako bi poboljšali svoje znanje o marketing.

STORIE edukacijska platforma trebala bi biti atraktivna u prilagođena korisnicima kako bi omogućila/potaknula da ju koriste i ljudi sa manje iskustva u online učenju. U većini regija u zemljama partnera preporučljivo je kombinirati online učenje sa lice u lice učenjem, tj. Kombinirano učenje je vrsta učenja koja najviše zadovoljava potrebe ciljne skupine.

Istraživanje u partnerskim zemljama je pokazalo da postoji potreba za takvom vrstom edukacija, kao I da je potrebno povećati stupanj suradnje lokalnih tvrtki, a u tome projekt STORIE može pomoći.

2. Curriculum

2.1. Ciljevi STORIE edukacijskog programa

Glavni ciljevi STORIE edukacijskog programa su:

- pružiti sveobuhvatan prikaz razvoja kulturnog turističkog proizvoda, kompetencija i zadataka potrebnih za učinkovit i održiv dizajn proizvoda
- pomoći malim ruralnim poduzećima da razviju vještine i kapacitete za oblikovanje i stavljanje na tržište održivih turističkih proizvoda na temelju odgovorne uporabe nematerijalne kulturne baštine (rukotvorine, kulinarske prakse, glazba, priče, običaji, itd.),
- Postići stvarnu i dugoročnu promjenu u mišljenju i stavu sudionika
- Potaknuti suradnju između malih ruralnih poduzeća i olakšati razvoj lokalnih poslovnih zajednica,
- Pomoći malim ruralnim poduzećima da se poboljšaju i rastu razmjenom iskustava i kombiniranjem i proširivanjem rezultata projekta
- Promicati odgovornu upotrebu nematerijalne kulturne baštine radi obogaćivanja lokalnih turističkih proizvoda,
- Dati trenutno primjenjive praktične savjete, metodološke upute, dovoljno primjera, praktičnih rješenja i korisnih alata, aktualne informacije o razvoju i tržištu kulturnih turističkih proizvoda i o turističkim trendovima neovisno o razini prethodnog znanja i poduzetničkog iskustva,
- Osigurati fleksibilnost prema potrebama potencijalnih sudionika u učenju, pružiti im zanimljivu, korisnu edukacijsku platformu i održivo znanje.

2.2. Ishodi edukacija

Očekivani ishodi edukacija na općoj razini:

- Poboljšani dizajn proizvoda, vještine promocije i suradnje i kapaciteti malih tvrtki koje su uključene u sektor ruralnog turizma ili su u njemu povezane,
- Poboljšana komunikacija i veća suradnja između ruralnih tvrtki,
- Povećana svijest, razumijevanje i promocija nematerijalne kulturne baštine regija partnerskih zemalja putem turističkog sektora,
- Poboljšano znanje o ispravnom prikazivanju nematerijalne kulturne baštine kao dijela turističkog proizvoda, primjenjujući razumnu razinu komercijalizacije u odnosu na lokalne zajednice,
- Uspostavljanje / poboljšanje odnosa između ruralnih poduzeća i lokalnih zajednica - nositelja nematerijalne kulturne baštine - koji traže međusobnu korist.

Ishodi edukacija na osobnoj razni:

- Prepoznavanje i razumijevanje uloge, važnosti i potencijala nematerijalne kulturne baštine u turističkom sektoru i u razvoju proizvoda,
- Pregled i praktično iskustvo o različitim metodama i postupcima oblikovanja proizvoda i tržišta u turizmu,

- Dobivanje ideja za suradnju i stvaranje ideja kreativnih tehnika za razvoj proizvoda koristeći nematerijalnu kulturnu baštinu,
- Shvaćanje važnosti marketinga u turizmu i dobivanje odmah upotrebljivih praktičnih alata za vlastiti marketinški plan i marketinško djelovanje,
- Povećanje svjesnosti koristeći elemente marketing miksa,
- Upoznavanje s turizmom u svojoj zemlji i regiji te prilika za suradnju s drugim poduzećima u dizajniranju i prodaji novih konkurentnih proizvoda.

2.3. Teme STORIE edukacijskog programa

Edukacijski program sastojat će se od 4 glavne teme. Svaka tema bit će podijeljena u 5-6 manji jedinica "zalogaja znanja". Cijeli edukacijski program sastojat će se od 20 manjih edukacijskih poglavlja (oko 20 sati studijskog vremena).

Predviđene teme STORIE edukacijskog programa su:

1. **Nematerijalna kulturna baština u turizmu**
2. **Osnove marketinga**
3. **E-marketing i društvene mreže**
4. **Tehnike kreativnosti**

Svaka tema ima specifične edukacijske ciljeve:

1. Nematerijalna kulturna baština u turizmu: pružiti podršku sudionicima u učenju o konceptu, vrstama, okruženju, karakteristikama ciljne skupine u kulturnom turizmu i mogućim proizvodima nematerijalne kulturne baštine u turizmu; dijeljenje i prilagođavanje najboljih praksi; dobivanje ideja za suradnju i razvoj proizvoda koristeći nematerijalnu kulturnu baštinu.
2. Osnove marketinga: naučiti o koracima planiranja marketinških aktivnosti, od definiranja marketinške strategije do marketinškog akcijskog plana i marketinškog proračuna. Nakon dovršenja ove teme, sudionici će moći odabrati odgovarajuće, najučinkovitije i ekonomične marketinške alate za svoje strateške i komunikacijske svrhe.
3. E-marketing i društvene mreže: učiti o internetskim marketinškim alatima za komunikaciju koji su trenutno dostupni na tržištu, prednostima i izazovima korištenja nekih mrežnih alata, te im pružite podršku i savjetovati ih da mogu kreirati i mjeriti učinkovitost internet marketinških kampanja.
4. Tehnike kreativnosti: upoznati se i primijeniti važne i korisne tehnike kreativnosti za predviđanje turističkog proizvoda (tehnike ideja), dizajniranje proizvoda (potrebe i definicija klijenta), implementaciju proizvoda (tehnike kooperacije i suradnje).

3. Pedagoški pristup

3.1. Pojmovi koji stoje iza pedagoškog pristupa

Ljudi uče na različite načine, a STORIE edukacijski program želi zadovoljiti njihove potrebe.

Teorije učenja koje su predstavljene u daljnjem tekstu i rezultati analize potreba definiraju pedagoški pristup koji će se koristiti u STORIE-u.

Učenje kroz rad

David A. Kolb pokrenuo je ideju iskustvenog učenja, a to je učenje kroz odraz rada. Fokus eksperimentalnog učenja je na individualnom procesu učenja. Kolb sugerira da je učenje kružni proces i da se najbolje učenje postiže kad se ponavlja čitav krug.

VARK model

Ovaj model tvrdi da ljudi imaju "poželjno" učenje kroz pet osjetila – a u većini slučajeva u učenje također uključuju i vizualno i slušno ili kinetičko. Prijedlog je da ljudi koji preferiraju vizualno učenje trebaju posebne vizualne znakove za učenje. Isto vrijedi i za osobe sa slušnim i kinetičkim (osjećajnim) prednostima. Dodana je i četvrta kategorija za one koji više vole dijalog i riječi. Stoga bi edukacijski program trebao biti kombinacija ove četiri.

Piramida učenja

Piramida predstavlja učinkovitost različitih vrsta učenja i pokazuje da učenje koje kombinira "slušanje" i "gledanje" postiže bolje rezultate, ali da najučinkovitije metode učenja uključuju "gledanje i pisanje" kao na radionicama, i "rad" prolazeći korak po korak.

Analiza potreba

Anketa i intervjui u zemljama partnerima projekta STORIE potvrdili su da ciljna skupina preferira praktične programe edukacija jer su vremenski ograničeni, online učenje je prihvatljivo i ponekad preferirano, ali također je važan kontakt licem u lice s ciljem pružanja praktične podrške i poticanja umrežavanja i suradnje lokalnih tvrtki.

Na temelju analize potreba, očekuje se da STORIE edukacijski program bude praktičan, modularan, s dovoljno primjera i korisnih alata koji će se lako primjenjivati u praksi. Potencijalni sudionici edukacijskog programa spremni su izdvojiti nekoliko sati tjedno kako bi poboljšali svoje marketinško znanje

STORIE edukacijska platforma trebala bi biti atraktivna u prilagođena korisnicima kako bi omogućila/potaknula da ju koriste i ljudi sa manje iskustva u online učenju. U većini regija u zemljama partnera preporučljivo je kombinirati online učenje sa učenjem lice u lice, tj. Kombinirano učenje je vrsta učenja koja najviše zadovoljava potrebe ciljne skupine.

Nekoliko koncepata bit će integrirano u STORIE pedagoški pristup.

Mješovito učenje

Mješovito učenje pristup je obrazovanju koji kombinira online edukacijske materijale i mogućnosti interakcije online učenja s tradicionalnim mjestom-vezanim metodama učenja u učionici. Zahtijeva fizičku prisutnost učitelja i učenika, uz neke elemente kontrole učenika vremenom, mjestom ili tempom.

Thin slicing

Inovativni koncept koji se koristi je takozvano učenje s jednim konceptom ili „thin slicing“, koji je usredotočen na jednu promjenu ponašanja, jedan uski koncept i jedan uzak cilj u isto vrijeme. STORIE edukacijski program tako će biti napravljen od malih "zalogaja" za e-učenje koji prikazuju kako određeni koncept djeluje u različitim situacijama. Tada će se iskustvo učenja integrirati u mješovito učenje koje će osigurati više načina dobijanja povratnih informacija.

Product club metodologija

Product Club je alat za upravljanje i planiranje koji omogućuje grupi organizacija i tvrtkama da rade u suradnji, bilo da razvijaju nove proizvode ili dodaju vrijednost postojećim u određenom tržišnom segmentu. Turistički Product club-ovi grade se oko zajedničke ideje ili proizvoda i nastoje promovirati destinaciju koristeći se osnovnim proizvodima koji su prethodno jasno identificirani i definirani.

Metodologija edukacije može biti vrlo uspješna ako polaznici dobivaju kombinaciju iskustava, praksi i teorijskih znanja koja će im omogućiti i kratkoročni i dugoročni razvoj. Vjerujemo u snagu radionice, zadovoljstvo međusobnog stvaranja, poštovanje, kreativnost i razmišljanje. STORIE edukacijski program orijentiran na praksu gradit će se na tim principima.

3.2. Put učenja sa stajališta sudionika

STORIE nudi fleksibilnu strukturu učenja. Veće teme mogu se odabrati i završiti samostalno. Polaznici mogu odabrati onoliko jedinica od jedne teme koliko je relevantno za njihovo znanje ili zanimanje.

1. •Uvod licem u lice
   •Aplikacija za mješovito učenje 1. dio: e-edukacijski tečaj
2. •Mješovito učenje 1. dio
3. •Povratne informacije o rezultatu ocjenjivanja
4. •Aplikacija za mješovito učenje 2. dio (tečaj licem u lice)
5. •Mješovito učenje 2. dio: Pilot radionica za razvoj iskustva u turizmu (uz Product club metodologiju)
6. •Mješovito učenje 3. dio: e-edukacijski tečaj za podupiranje implementacije novog znanja
7. •Jedinica ili tema, cetrifikat STORIE edukacijskog programa

3.3. Prostor za e-učenje

Sustav e-učenja koji će se koristiti za STORIE edukacijski je alat za mobilne uređaje (kako za mobilne telefone, tako i za tablete). Softver omogućava nastavnicima ili predavačima da lako pripreme lekcije uz igre koje mogu uređivati kroz prilagođene predloške. Korisnici će moći koristiti (igrati) igre na svojim uređajima u skupinama ili pojedinačno.

Sustav e-učenja dizajniran kako bi se koristio u širokom rasponu medija. Materijal za e-učenje sastojat će se od sljedećih formata datoteka:

- ***.txt***, ***.docx*** i ***.pdf*** za tekstualni format,

- ***.pptx*** za prezentacije i

- ***.mov*** ili ***.avi*** za video.

Primjer bloka e-učenja



Materijal za učenje podijelit će se u male blokove, tj. Kratka .ppt prezentacija, .pdf tekst ili videozapis koji treba pratiti 5-10 nastavnih igara (pitanja) za produbljivanje naučenih lekcija.

4. Vrednovanje i procjena

Smislena procjena i popratna evaluacija ključni su dijelovi ciklusa učenja. Najefikasnija evaluacija je ona koja potiče i nagrađuje učinkovite nastavne prakse na temelju rezultata učenja. Jasni ciljevi učenja (ishodi) omogućavaju razvoj aktivnosti učenja i pružaju osnovu za evaluacijske testove.

STORIE kurikulum definira očekivane ishode učenja za pojedine module. Relevantni testovi će se stvoriti u kasnijoj fazi, kada će materijali za učenje biti spremni.

Edukacijski program usmjeren je na odrasle polaznike iz malih seoskih poduzeća koja su uglavnom zainteresirana za povećanje znanja i primjenu u praksi. Kako bi zadovoljili njihove potrebe, potaknuli sudjelovanje i učinili tečaj pristupačnijim, evaluacija će se uglavnom usredotočiti na samoprocjenu. Polaznike će se potaknuti da popunjavaju testove nakon što završe edukacijske jedinice, ali to će biti neobavezno i namijenjeno polaznicima koji žele dobiti certifikate jedinice / predmeta.

Testovi će biti dostupni online. Polaznici će biti zamoljeni da naprave test nakon što završe online edukacijske jedinice. Budući da je program učenja fleksibilan, neki će se sudionici moći odlučiti da sudjeluju samo u prvom dijelu programa (internetsko učenje i neobavezno uvod licem u lice), a ako uspiju ispuniti test, bit će im izdan certifikat edukacijske jedinice.

Od sudionika koji će se pridružiti programu licem u lice i koji će sudjelovati u razvoju pilot iskustva u turizmu, zamolit će se da predaju „domaću zadaću“ (najbolje stvari o jednom od njihovih razvijenih turističkih proizvoda / case study). Za pripremu case study-a, polaznici će dobiti plan - dnevnik rada prema kojem će se rad pripremati i učitati u sustav. Stručnjak za obuku iz organizacija projektnih partnera provjerit će ovaj dokument i napisati ocjenu / povratnu informaciju. Kriteriji za vrednovanje na temelju strateških pitanja ukazuju na razinu postignuća očekivanih ishoda učenja na osobnoj razini. Polaznici će dobiti potvrdu STORIE edukacijskog programa.