



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

2. modul : Vállalkozók a kulturális turizmusban



PR. NR. 2020-1-PL01-KA205-080646



Erasmus+

AZ EURÓPAI BIZOTTSÁG E KIADVÁNY ELKÉSZÍTÉSÉHEZ NYÚJTOTT TÁMOGATÁSA NEM JELENTI A TARTALOM JÓVÁHAGYÁSÁT, AMELY CSAK A SZERZŐK NÉZETEIT TÜKRÖZI, ÉS A BIZOTTSÁG NEM TEHETŐ FELELŐSSÉ A KIADVÁNYBAN TALÁLHATÓ INFORMÁCIÓK ESETLEGES FELHASZNÁLÁSÁÉRT.



Konzorcium

A konzorcium hét szervezetből áll – hat országból, mindegyik saját tapasztalattal és szakterülettel rendelkezik. Céljuk, hogy az embereket arra ösztönözzék, hogy közösségük aktív polgáiraivá váljanak, és tágabb kontextusban is tevékenykedjenek



Koordinátor –
Lengyelország



Fundacja Mapa Pasji

Lengyelország



Németország



Ciprus



Görögország



Románia



Magyarország



Tartalomjegyzék

01

Bevezetés

A DIGITALROUTES@CULTURE projekt (célok és célkitűzések)

02

Modul leírása

Brief description about the module and topics

03

1. Téma

Az 1. témakör leírása (célok, célkitűzések stb.)

04

2. Téma

Az 2. témakör leírása (célok, célkitűzések stb.)

05

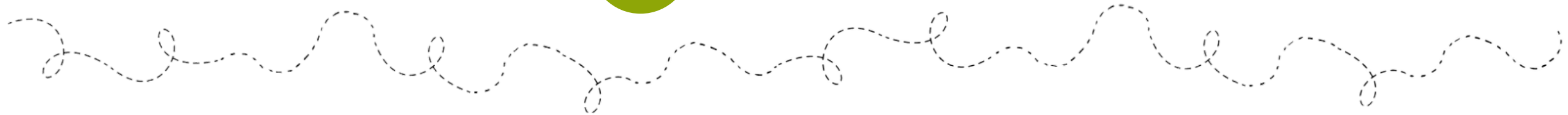
3. Téma

Az 3. témakör leírása (célok, célkitűzések stb.)

06

Következtetés és modul forgatókönyv

Konklúzió és Modul forgatókönyv az Open Badges-hez





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



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Bevezetés



Kulturális Örökség



"The only way to do
great work is to love
what you do."
Steve Jobs

"My best advice to entrepreneurs
is this: Forget about making
mistakes, just do it."
Ajaero Tony Martins





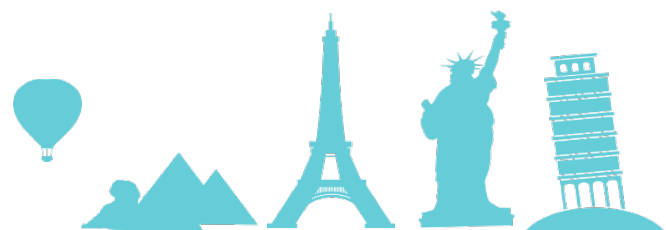
A kulturális örökség napjainkban fontos szerepet játszik a teljes európai GDP-ben.

Az Eurostat 2020-as kulturális statisztikái szerint 2019-ben 7,4 millió munkahelyet fedtek le kulturális munkák az EU-ban. A 2018-ra szóló Új Európai Kulturális Menetrend emellett megerősíti a kultúra alapú kreativitás támogatásának fontosságát az oktatásban és az innovációban, valamint a foglalkoztatásban és a növekedésben, és a kultúra és a kulturális sokszínűség erejét a társadalmi kohézió és jólét biztosítása érdekében hasznosítja. A kultúra területén foglalkoztatottak

32 %-a volt önálló vállalkozó 2019-ben (Eurostat, 2020).

“

*„Az az ember, aki
nem ismeri múltja
történelmét,
származását és
kultúráját, olyan,
mint egy fa
gyökerek nélkül”
(Marcus Garvey)*





Célok és célkitűzések



#1

A fiatalok ösztönzése a kulturális ágazatokban való professzionális részvételre, valamint a szükséges társadalmi vállalkozói és digitális készségek elsajátítása ahhoz, hogy új, kulturális vonatkozású munkalehetőségekben részesülhessenek.



#2

Nyílt, dinamikus és interaktív webportál és mobilalkalmazás kifejlesztése, amely kiterjesztett valóság funkciók segítségével térképezi fel a kulturális örökség helyszíneit.



#3

Az ifjúsági munkanélküliség és az ifjúsági urbanizáció problémájának kezelése.



#4

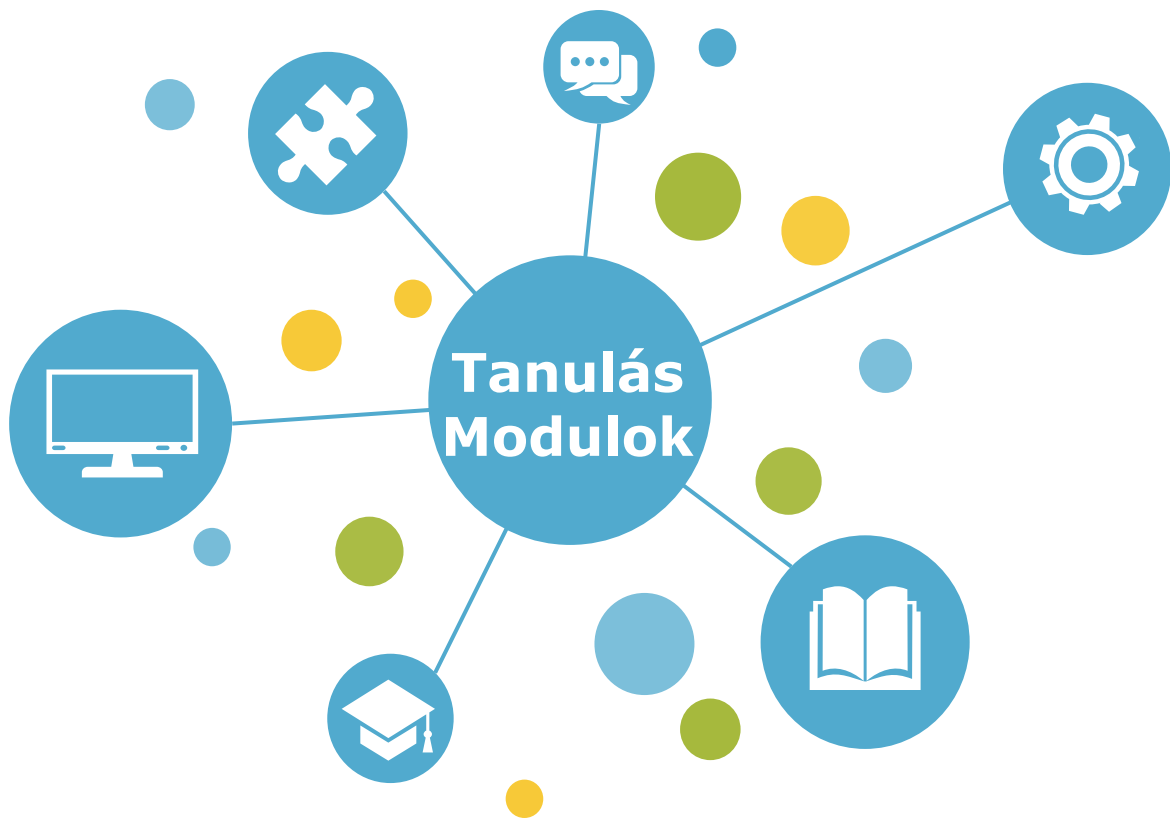
A kulturális alapú kreativitás támogatása az oktatásban és az innovációban, valamint a munkahelyteremtés és a növekedés érdekében.





DIGITALROUTES@CULTURE

Tanulás Modulok



1. Modul

Ismerje meg a kulturális vállalkozót

2. Modul

Vállalkozók a kulturális turizmusban

3. Modul

Kulturális vállalkozók – Üzleti kompetenciák

4. Modul

Kulturális vállalkozók – Kommunikáció és marketing kompetenciák

5. Modul

Kulturális vállalkozók – Digitális kompetenciák

6. Modul

Kulturális vállalkozók – Kreatív kompetenciák

7. Modul

Kulturális vállalkozó – Együttműködés helyi közösségekkel



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



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Modul Leírás



2. modul: A Vállalkozók a Kulturális Turizmusban eligazítja Önt a kulturális turizmusban rejlő vállalkozói lehetőségeken. Meg fogja tanulni a rendezvények, tevékenységek tervezésének és szervezésének alapjait, megérti a hálózatépítés és az ágazatok közötti együttműködés előnyeit. A modul harmadik témája a kulturális turizmus etikáját és fenntarthatóságát mutatja be.



Ez a modul segít eligazodni ebben a kézikönyvben és a tananyagokban.





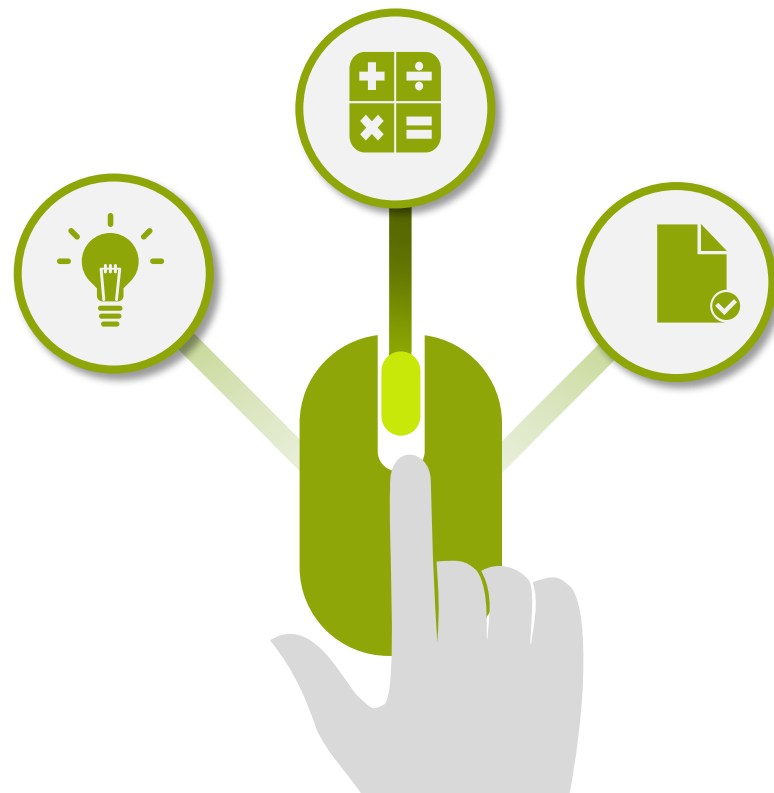
2. Modul – Témák

2. Téma

Ágazatokon átívelő együttműködés
és hálózatépítés

1. Téma

Rendezvények, tevékenységek
tervezése, szervezése



3. Téma

Etika és fenntarthatóság a kulturális
turizmusban



1. Téma

- Rendezvények, tevékenységek tervezése, szervezése

Példák eseményekre

Zenei fesztiválok

Gondoljon kis zenei fesztiválokra, amelyek a helyi közösség számára előnyösek.



Filmvetítés / filmfesztivál

A filmvetítések és filmfesztiválok jó lehetőséget jelentenek, ha azokat turisztikai területen tervezi. Ne feledkezzünk meg a helyiekről sem: felajánlhatjuk nekik ingyenes belépőt, vagy különleges kedvezményes jegyeket is adhatunk nekik..

Gasztronómiai események

Ezeknek az eseményeknek a helyi gasztronómiai örökség hangsúlyozására és népszerűsítésére kell irányulniuk. A helyi termelők és éttermek bevonása.

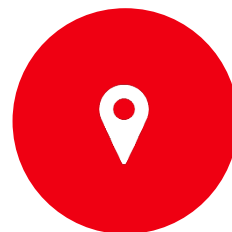


Sportesemények

Sokan érdeklődnek a sport iránt, ezért a sportesemények remek lehetőséget jelentenek a vállalkozás elindítására.

Helyi termelői vásárok

Segíti a helyi termelőket a fogyasztókhöz való eljutásban termelői vásárok szervezésével.



Helyi fesztiválok

Általában helyi vagy hagyományos fesztiválok széles választéka megtalálható. Találja meg az Önnek legmegfelelőbbet, és nyissa meg a turisták előtt, hogy a helyi közösség büszke legyen az örökségére.



Rendezvények tervezése, szervezése



1.#1 Cél és közönség

2.Mit szeretnél elérni a rendezvényeddel? Lehet, hogy ez nyilvánvaló az Ön számára, de az összpontosítás kulcsa az esemény sikeréhez. Ezenkívül ez segít a megfelelő közönség megcélzásában és a legjobb kommunikációs csatornák elérésében.



#2 Dátum, időtartam és helyszín

A lehető legkorábban állítsa be a dátumot és az időtartamot. Így lesz ideje minden szervezési részletre ügyelni, és bőven lesz ideje az reklámozására is. Gondolja át, mit vár el a helyszíntől (elhelyezkedés, tömegközlekedési eszközök megközelíthetősége, létesítmények, távolság a célközönségtől stb.).



#3 Előadók, művészek és árusok

Végezzen piackutatást az esemény célja, a célközönség és a kínálni kívánt élmény alapján. Biztosítsa be őket a lehető leghamarabb, mert ez kulcsfontosságú eleme promóciós kampányának.



1.#4 Partnerségek és szponzorok

2. Nem könnyű rendezvényt szervezni. A megbízható partnerek és szponzorok a siker kulcstényezői. Állítson össze egy listát ideális szponzorokról, és dolgozzon azon, hogy mit tudna felajánlani nekik a támogatásukért cserébe. Ügyeljen arra, hogy ne kössön felesleges kompromisszumokat.



#5 Tervezze meg az egészségügyi és biztonsági intézkedéseket

Végezzen kockázatértékelést, és készítse el az egészségügyi és biztonsági tervet. Mindenképpen értesítse az illetékes hatóságokat, és alkalmazza az eseményhez szükséges segítőket. Legyen a lehető legátláthatóbb, és őszintén kommunikáljon közönségével.



#6 Készenléti terv

Sok dolog elromolhat egy esemény során, ezért győződjön meg róla, hogy mindent megtesz az azonosításuk érdekében. Mindig legyen B-terve, és ha lehet, C-terve is.



#7 Népszerűsítsen, értékesítsen és mérjen

Ha lehetséges, vegyen fel egy marketinges szakembert vagy legalább valakit, aki jól ismeri a közösségi médiát, és reklámozza az eseményt ott, ahol a célközönsége van. Ennek megfelelően kínáljon vásárlási lehetőségeket, és mindig mérje fel promóciós kampányai hatását, és így növelheti eladásait.

Példák tevékenységekre

01

Természet alapú

A helyszíntől függően a természet alapú tevékenységek széles skálája érhető el: túrázás, kerékpározás, vadvilág megfigyelése, túra síelés és egyebek.



03

Tevékenységek speciális igényű emberek számára

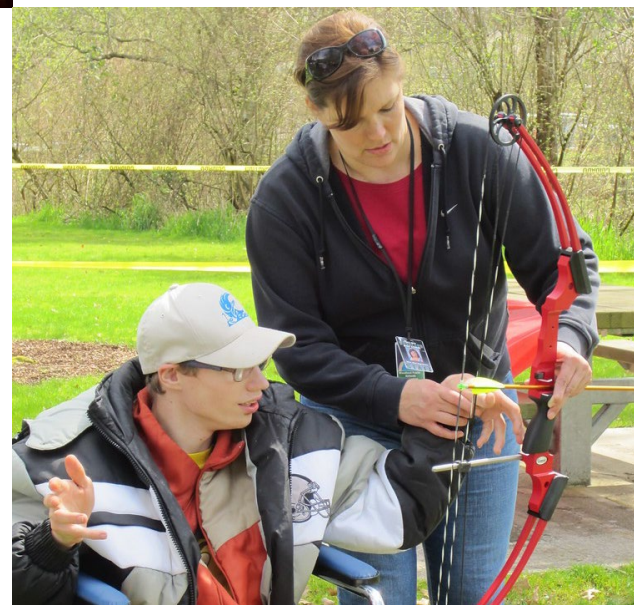
Egyes célcsoportokra specifikus tevékenységeket alakíthat ki.



02

Kulturális

Kulturális látnivalók és kézművesek látogatása .



04

Workshopok

Műhelyek kínálata a helyi örökség alapján vagy kifejezetten az Ön célcsoportjai számára tervezve.



Tervezési és szervezési tevékenységek



1.#1 Mik az ügyfelek igényei?

2.A legjobb megoldás az, ha azonosítja azokat az igényeket, amelyeket a piac még nem elégít ki. Ehhez ismernie kell a potenciális vásárlóit is: korcsoportok, végzettség, jövedelem, preferenciák stb.



#2 Ismerje meg a helyszínt

Attól függően, hogy milyen tevékenységet fog kínálni, a helyszín ismerete fontos előnynek bizonyulhat. Ez segít jobban megtervezni a tevékenységét, vagy könnyebben elérni a célközönségét.



#3 Ismerje meg versenytársait

A piackutatás segít megérteni versenytársait, és megérteni, azt, hogy hogyan különbözhet tőlük. Ez egy fontos lépés a terméke fejlesztésében és sikerének biztosításában.



1.#4 Mit tehetsz másként/jobban?

2. Azonosítsa és a promóciós tevékenységeiben feltétlenül emelje ki a terméke előnyeit.



#5 Készítse el az ajánlatot

Dolgozzon a legapróbb részleteken is, hogy a végén jó minőségű terméket kapjon. Itt az ideje az ár beállításának is az előző lépések alapján.



#6 Reklámozás és eladás

A promóció a legfontosabb lépés. Határozza meg a legjobb promóciós csatornákat a célközönség eléréséhez, és gondosan válassza ki üzeneteit.



#7 Visszajelzés és nyomon követés

A termék eladása nem elég. A hosszú távú siker érdekében tudnod kell, hogyan fogadja ezt a piac, és mit tehetsz a folyamatos fejlesztés érdekében. Ezenkívül maradjon kapcsolatban ügyfeleivel, és gondoskodjon arról, hogy visszatérjenek Önhöz..



2. Téma

- Ágazatokon átívelő együttműködés és hálózatépítés



Az együttműködés és a hálózatépítés kölcsönösen összefügg egymással. A hálózatba való bekapcsolódásnak vagy egy új hálózat kezdeményezésének oka egy együttműködési mechanizmus kialakítása a cél elérésének érdekében.



Az ágazatokon átívelő együttműködésben és hálózatban való részvétel számos előnnyel jár:

- Javul a képessége arra, hogy saját kapacitását meghaladóan kezelni tudja a bonyolult helyzeteket,
- Az erőforrások összerakása,
- A beavatkozás mértékének és terjedelmének növelése.
- Megosztott költségek és kockázatok a hálózat tagjai között;
- Az információkhoz való fokozott hozzáférés és a tanulási hatások;
- Pozitív jóléti hatás;
- Lehetőségek esetén a cselekvés, fenyegetés esetén a reakció sebességének növelése.

10 lépés az együttműködés és a hálózatok létrehozásához (I) :

01

mérje fel az együttműködés és a hálózatok iránti valós szükségleteket és a kapcsolódó célkitűzéseket

02

értékeje a meglévő hálózatok helyi, regionális, nemzeti és nemzetközi összefüggéseit, amelyek illeszkedhetnek a saját célkitűzésekhez

03

Ítéld meg egy új hálózat létrehozásának vagy egy meglévő hálózathoz való csatlakozásának szükségességét

04

amikor egy meglévő hálózathoz csatlakozik, legyen tisztában a hálózat típusával és tartsa be annak szabályait

05

új hálózat kidolgozásakor kezdettől fogva mérlegelje a hálózat típusát, melyik illeszkedik a legjobban a célokhoz és a kontextushoz

10 steps to establish cooperation and networks (II):

06

Mindig határozzon meg világos célokat, és határozza meg a hálózatban való részvételhez rendelkezésre álló időt és egyéb erőforrásokat.

07

Tartsa életben az együttműködést és az egész hálózatot kommunikáció segítségével, és keresse a hálózat tagjainak közös céljait.

08

Időről időre értékelje a hálózat által nyújtott előnyöket, és ha már nem relevánsak, próbálja meg az egész hálózatot jobb teljesítményre ösztönözni .

09

Ha a hálózat nem tudja elérni a várt előnyöket , akkor megfontolandó a hálózat elhagyása, azonban szükséges a hálózat elhagyásának költségei és teljes következményeinek komoly értékelése.

10

Amikor kilép a hálózatból, próbáljon kapcsolatot tartani a hálózat valamelyik tagjával.



Hálózatok típusai



A hálózatok elvileg egyenlő jogokkal rendelkező autonóm társadalmi szereplők társulásai, azonban a hálózatoknak különböző típusai vannak:



Földrajzi hatály

helyi , regionális, nemzeti és globális.



Szervezeti felépítés

A rendkívül informális, rugalmas és bizalom alapuló kapcsolatokról a formálisabb és merevebb kapcsolatok felé.



Határ

A hálózatok nyitottságuk és zártságuk mértéke szerint különböznek egymástól.



Felépítés és erőviszonyok

Az egyenlő jogoktól és a kölcsönös segítségnyújtástól az ellenőrzött hálózatiig, amelyet egy vagy több „zászlóshajó” tag vezet.



3. téma

Etika és fenntarthatóság a kulturális turizmusban



A fenntarthatóság és az etika koncepciója a turizmusban az összetevők széles spektrumát integrálja:

- Természeti környezet
- Helyi közösségek a helyszín részeként
- Szállítás a célállomás felé és a helyszínen belül
- Tisztességes kereskedelem a helyszínen kívüli közösségekkel kapcsolatban
- A helyszín társadalmi és kulturális összetevője
- A helyszín gazdasági összetevői
- Turisták és tanulási tapasztalataik



Fenntartható kulturális turizmus

A fenntartható kulturális turizmus a kulturális örökség és a turisztikai tevékenységek integrált kezelése a helyi közösséggel együttműködve, amely társadalmi, környezeti és gazdasági előnyöket teremt minden érintett számára, a tárgyi és szellemi kulturális örökség megőrzése és a fenntartható turizmus fejlesztése érdekében (Forrás: Sustainable Cultural Tourism Open Method of Coordination working group, 2018).



Etikai és fenntarthatósági kódex vállalkozók számára (I)

- Erőfeszítés a termék kifejlesztéséért egy új feltörekvő helyszínen;
- Hosszabb tartózkodást és utószezoni látogatást magában foglaló turisztikai termékek fejlesztése;
- Professzionális desztinációmenedzsment szervezet (DMO) kialakításának támogatása;
- Fenntartható, tanúsított úticél megszerzésére irányuló általános cél támogatása
- Konzultáció a helyi közösségek tagjaival az autentikus kulturális örökség élményeinek kialakítása érdekében;
- A tárgyi és szellemi örökség integrálása a kulturális turisztikai termék tervezésébe;
- A helyi közösségek, különösen a fiatalabb generációk aktív bevonását biztosító kreatív módok felfedezése,
- Pozitív munkakörnyezetet , és állandó vagy hosszú távú állás biztosítása a szezonon kívül;
- Bekapcsolódás a kulturális turisztikai hálózatokba helyi, országos és nemzetközi szinten;
- A megtermelt bevételek újra befektetésének átgondolása a helyi kulturális örökség helyszínének védelmébe, fejlesztésébe és fenntartására használható gyakorlatokba;



Etikai és fenntarthatósági kódex vállalkozók számára (II)

- Olyan fenntartható turizmus tanúsítási rendszereket kell keresni, amelyek illeszkednek a termékhez, és azok alkalmazása a termékre /vállalkozásra;
- Részvétel a felelős turizmusról szóló képzési programokban, és olyan személyzeti képzési programok kidolgozása, amelyek felhívják a figyelmet a fenntarthatóságra, a környezetvédelmi kérdésekre, a felelős turizmusra stb.
- Turisztikai adatok gyűjtése és közzététele, hogy a helyi és nemzeti kormányok értékeljék, nyomon kövessék és feltérképezzék a területen tapasztalható változó dinamikát;
- Amikor csak lehetséges, a célterület profillal és a látogatók hatásaival kapcsolatos, több tudományágot átfogó kutatásban való részvétel az adaptív menedzsment érdekében.



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



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Következtetés



1. témakör: Rendezvények, tevékenységek tervezése és szervezése

A rendezvények és tevékenységek tervezése és szervezése nagyon jó tervezést, sok munkát és elhivatottságot igényel.

2. témakör: Ágazatokon átívelő együttműködés és hálózatépítés

Az együttműködés és a hálózatépítés a siker kulcsa társadalmi, környezeti, és gazdasági céljaink eléréséhez.

3. témakör: Etika és fenntarthatóság a kulturális turizmusban

Manapság a sikerek elérése érdekében nem lehet tervezni vagy cselekedni szilárd fenntartható és etikus gondolkodásmód nélkül.



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



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Bibliográfia



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- Schibany, A., Hämäläinen, T., Schienstock, G. (2000), Interfirm Co-operation and Networking: Concepts, Evidence and Policy, Organisation for Economic Co-operation and Development. Available at:
- European Commission, Sustainable Cultural Tourism. Available at: https://europa.eu/cultural-heritage/sites/eych/files/sustainable-cultural-tourism-recommendations_en5097.pdf?token=PsePI9T4
- Kurmes, H., Anghel, M., Papuc, B. (2017), Drumeția montană: manual de bune practici pentru ghizi, Asociația de Ecoturism din România. Available at: <https://asociatiaaer.ro/publicatii/>



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



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Modul forgatókönyv



TOUR OPERATOR – FORGATÓKÖNYV

Mihai 27 éves és turisztikai diplomája van. Románia vidéki területéről származik, gazdag természeti és kulturális örökséggel, így tudja, hogy esélye van egy turisztikai vállalkozás fejlesztésére. A vállalkozás célja, hogy turisztikai programokat kínáljon a helyi természet és kultúra felfedezéséhez. A célpiaci szegmenst a nyugat-európai külföldi turisták képviselik, de erre a piacra nem olyan egyszerű bejutni. Az első lépés a verseny által kínált lehetőségek felkutatása, majd egy adatbázis létrehozása a helyi erőforrásokról (turisztikai látványosságok, ösvények, éttermek, szálláshelyek, kézművesek stb.). Ezen információk alapján megkezdte a turisztikai programok elkészítését és a potenciális beszállítókkal való kapcsolatfelvételt. Végül kiváló minőségű promóciós anyagokat készít, hogy bizalmat keltsen a potenciális ügyfelekben (weboldal, brosúra).

A kutatás során két dolgot vesz észre, amelyek segíthetnek abban, hogy nagyobb esélye legyen a sikerre:

- 1) fontos, hogy egy olyan hálózat része legyen, ahol az övéhez hasonló vállalkozások működnek mert így könnyebben kapcsolatba léphet a potenciális ügyfelekkel, vagy akár részesülhet mások támogatásából és tapasztalataiból
- 2) és a nyugati piacokon a turisták nagyon érdeklődnek a fenntarthatóság iránt. Ezért igyekszik programjaiba beépíteni a fenntarthatósági szempontokat, és ezt a lehető legvilágosabban kommunikálni a honlapján.



ÉRTÉKELŐ KÉRDÉS (I)

1. **Ügyfelei igényeinek azonosítása érdekében Mihainak a következőket kell tennie:**

- a. Ismerje meg a területét.
- b. Kutassa a versenytársait.
- c. Ismerje potenciális vásárlói korcsoportját, iskolai végzettségét, jövedelmét, preferenciáit stb.

2. **Az alábbiak közül melyik elem nem a hálózathoz való csatlakozásból származó előny?**

- a. Összetett helyzetek saját kapacitáson túli kezelésére való képesség.
- b. Saját tevékenységek vagy események létrehozása.
- c. Megosztott költségek és kockázatok a hálózat tagjai között

3. **Egy hálózat határa, amelyhez Mihai csatlakozhat, a következőkre vonatkozik:**

- a. A nyitottság és zártság aránya.
- b. A hálózat földrajzi határai.
- c. Az erőviszonyok a hálózaton belül.



ÉRTÉKELŐ KÉRDÉS (II)

4. Soroljon fel legalább két intézkedést, hogyan segíthet Mihai a helyi közösségnek ?

5. Mint a fenntarthatóságra összpontosító utazásszervező, Mihainak a következő intézkedések közül kettőt kell belefoglalnia üzleti tervébe:

- a. Autentikus kulturális örökségi élmények kialakítása.
- b. Állítson be alacsonyabb árakat, mint versenytársai .
- c. Hosszabb otttartózkodások és látogatások a szezonon kívül.

Válaszok:

4) autentikus kulturális örökségi élmények kialakítása, a helyi közösségek aktív bevonása, pozitív munkakörnyezet, állandó vagy hosszú távú munkalehetőség keresése a szezonon kívüli időszakban, a megtermelt bevételt a helyi kulturális örökség helyszíneibe és gyakorlataiba forgatva vissza.

5) a. és c.



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



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

KERESS MINKET ONLINE!



<http://digitalroutes.4learning.eu/>



@digitalroutes





Ez a dokumentum a fenti szabályok szerint másolható, reprodukálható vagy módosítható.
Ezen túlmenően a dokumentum és a szerzői jogi megjegyzés minden vonatkozó része
szerzőinek elismerését, engedélyét kell kérni.

Minden jog fenntartva. © Copyright 2022 DIGITALROUTES@CULTURE



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

digitalroutes.4learning.eu