



Finansuoja
Europos Sąjunga

Projekto DIVETOUR cMOOC mokymai

Parengė projekto DIVETOUR komanda

divetour.eu

Turinys

Santrauka

Pagrindinės cMOOC savybės

Organizavimas

Kalendorius

Kalba

Tikslinė auditorija

Reikalavimai dalyvavimui

Prieinamumas

Mokymo išteklių turinys

Įvadas

1 modulis

Pandemijos poveikis turizmo sektoriui, ypatingą dėmesį skiriant senjorų ir žmonių su negalia įtraukčiai bei kitiems specifiniams priegios reikalavimams siekiant atnaujinti sektoriaus veiklą

1.1 tema

Ekonominis ir sociokultūrinis išorės veiksnių poveikis turizmui.

1.2 tema

Krizės - tai galimybės ateities turizmui: įtraukaus turizmo atgaivinimas teisingo ir tvaraus vystymosi pagrindu.

2 modulis

Visiems prieinamas turizmas ir jo potencialas - vienas pagrindinių turizmo sektoriaus atsigavimo svertų.

2.1 tema

Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms.

2.2 tema

Taisyklės ir rekomendacijos prieinamumo didinimui turizmo įmonėse ir organizacijose.

Santrauka

Dokumente pristatomas projekto DIVETOUR atvirų internetinių mokymo (cMOOC) išteklių rinkinys „Nauji iššūkiai turizmo sektoriuje po COVID-19“.

Dokumente aptariami organizaciniai klausimai, planavimas, tikslinė auditorija ir reikalavimai, apibrėžta mokymų struktūra bei turinys.

- Pirmajame modulyje analizuojamas turizmo sektorius, jo pažeidžiamumas išorės veiksniams ir pasaulinių krizių metu, (pavyzdžiui, stipriai paveikusi COVID-19 pandemija) apibrėžiami trukdžiai ir galimos strategijos jų poveikio sušvelninimui bei atsigavimo paspartinimui;
- antrajame modulyje gilinamasi į prieinamo turizmo plėtrą kaip vieną iš pagrindinių sektoriaus atgaivinimo svertų, verslo galimybę įmonėms ir turizmo kryptims, bei geresnę gyvenimo kokybę tiek turistams, tiek vietos gyventojams.

Mokymais siekiama, kad besimokantieji suprastų, jog turizmo sektorius turi būti pasirengęs reaguoti į galinčias pakenkti grėsmes, taikant trumpalaikes ir ilgalaikes strategijas, atliepiant paklausos tendencijas, tolygią ir tvarią plėtrą.

Jie taip pat sužinos, kodėl prieinamumas ir mokymasis apie tai yra labai svarbūs formuojant ateities turizmą, siekiant teikti kokybiškesnes paslaugas visiems turistams, gerinant turizmo įstaigų ir vietovių pasiekiamumą bei laikantis universalios dizaino principų.

Pagrindinės cMOOC savybės

Organizavimas

Atvirieji internetiniai mokymai vyks 4 savaites. Mokymo programą sudaro 2 moduliai, suskirstyti į 4 dalis (po dvi kiekvienam moduliui), pasitikrinimo klausimai, testai, diskusijų erdvė, internetiniai seminarai.

cMOOC platformoje dalyviai gali naudotis mokymo rinkiniu, kurį sudaro:

- cMOOC naudotojo vadovas su DUK;
- internetinių seminarų rengimo gairės;
- keturi 360° vaizdo įrašai apie turizmo prieinamumą;
- prieinamumo terminų vadovas.

Be to, kiekvieną savaitę (kiekvienos temos pradžioje), besimokantiesiems pateikiama mokymo medžiaga (cMOOC mokymo rinkinio dalis), kurią sudaro:

- mokymų medžiaga (2 moduliai);
- žodynėlis;
- rekomenduojamos literatūros sąrašas internete (dokumentai savarankiškam skaitymui ir daugialypės terpės turinys) išsamesnei temos analizei;
- įsivertinimo testai.

Mokymo medžiagą galima pasiekti bet kuriuo metu, iš bet kur ir bet kuriame įrenginyje. Kai kurie mokymo ištekliai bus patalpinti

konkrečiu laiku, tačiau tai nereiškia, kad besimokantieji turi prisijungti būtinai tuo metu.

Moduliai: kiekvienam moduliui skiriamos 2 savaitės, kurių metu bus nagrinėjamos 2 temos (po vieną per savaitę).

Temos: besimokantieji gali naudotis mokymų medžiaga jiems patogiu metu, taip pat ją atsisiųsti į savo įrenginį, kad būtų galima peržiūrėti neprisijungus.

Įsivertinimo testai: besimokantieji turės galimybę patikrinti kiekvieno modulio temoje įsisavintas žinias. Įsivertinimo testo rezultatai nėra saugomi ir besimokantieji pagal poreikį gali kartoti testą neribotai.

Diskusijų forumai: besimokantieji bus kviečiami dalyvauti „internetinėse diskusijose“ mokymo platformos forumuose. Nuo cMOOC pradžios veiks pagrindinis forumas, jame dalyviai galės užduoti rūpimus klausimus, į kuriuos atsakys kiti besimokantieji arba ekspertai; taip pat bus galima atsakyti į ekspertų pateiktus klausimus. Atskiras forumas yra numatytas turizmo sektoriaus darbuotojams su negalia. Dalyviai taip pat turės galimybę kurti savo įrašus. Kas dvi savaites vykstančių internetinių seminarų tema atlieps mokymų medžiagą ir gvildenamas temas socialinėje erdvėje.

Socialiniai tinklai: besimokantieji bus kviečiami dalyvauti „internetinėse diskusijose“, skelbti įrašus tinklaraščiuose, „Facebook“, „Twitter“ ir kituose socialiniuose tinkluose, naudojant cMOOC administratorių pateiktas grotas ir sklaidos kanalus. Pasirinkta socialinių tinklų medžiaga taps įkvėpimu kas dvi savaites vykstančių internetinių seminarų temai.

Vebinarai: kas dvi savaites (kiekvieno modulio pabaigoje) besimokantieji turės galimybę prisijungti prie internetinio seminaro, kurio metu galės bendrauti su projekte DIVETOUR dalyvaujančiais ekspertais bei užduoti jiems rūpimus klausimus ar aptarti su modulio medžiaga susijusias aktualijas.

cMOOC efektyvumo įvertinimas: siekiant numatyti galimas MOOC tobulinimo perspektyvas, mokymų dalyvių bus prašoma išreikšti savo nuomonę apie mokymus, kuriuose jie dalyvavo.

Geroji praktika ir pavyzdžiai: cMOOC gausiai iliustruotas praktiniais pavyzdžiais. Kokie yra gerosios praktikos atvejai? Kur tai galima pastebėti?

Atitinkamai, „bloga praktika“ gali būti naudojama kaip naudinga mokymosi medžiaga, siekiant išvengti klaidų pasikartojimo.

Kalendorius

Pradžia: 2023 m. sausio 16 d.

Trukmė: 4 savaitės (4-6 val. per savaitę)

MOOC įvertinimas: 2023 m. vasario 28 d.

Kalba

Anglų.

Tikslinė auditorija

Profesinių mokyklų, mokančių pagal turizmo sektoriaus programas, mokytojai ir mokymų organizatoriai.

Profesinių mokyklų mokiniai.

MVĮ HORECA ir kitų turizmo grandinės sektorių vadovai bei darbuotojai.

Žmonių su negalia organizacijų atstovai, senjorai, kt.
Visuomeninių organizacijų, atsakingų už turistinės vietovės
pasiūlos kokybę, atstovai.
Visuomenė.

Reikalavimai dalyvavimui

Turizmo vertės grandinės supratimas.
Pagrindinės informacinių technologijų (IT) žinios.
Anglų kalbos žinios.

Prieinamumas

Mokymosi priemonės (kiek tai yra įmanoma), atlieps profesinio
mokymo mokinių, turinčių specialiųjų poreikių, interesus.

Mokymo išteklių: modulių turinys

Pagrindinės cMOOC savybės yra universalumas ir savarankiškumas, tai yra galimybė dalyviams mokymų metu plėtoti, gilinti, keisti ir pritaikyti turinį, atliepiant diskusijų metu gautą informaciją. Parengta mokymo programa nurodo tik mokymosi „kryptį“, kurią kiekvienas dalyvis gali pritaikyti ir išplėsti pagal savo poreikius, pomėgius, turimas žinias ir įgūdžius.

Įvadas

Trumpame vaizdo įrašė dalyviai supažindinami su mokymų temomis, pristatomi cMOOC organizaciniai aspektai, pateikiamos pagrindinės dalyvavimo instrukcijos.

1 modulis. Pandemijos poveikis turizmo sektoriui, ypatingą dėmesį skiriant senjorų ir žmonių su negalia įtraukčiai bei kitiems specifiniams prieigos reikalavimams siekiant atnaujinti sektoriaus veiklą

Šiame modulyje dėmesys telkiamas į pagrindinius iššūkius, su kuriais susiduria turizmo sektorius, ir sąlygas turizmo pasiūlos atnaujinimui po COVID-19 pandemijos. Siekiant užtikrinti cMOOC dalyvių suvokimą apie dabartinį turizmo kontekstą ir atliepti naujausias tendencijas identifikuoti galimybes kurti kuo įtraukesnę turizmo ekosistemą, svarbus geras dabartinio turizmo paslaugų teikėjų veiklos konteksto ir paklausos atsinaujinimą formuojančių veiksnių supratimas.

1.1 tema. Ekonominis ir sociokultūrinis išorės veiksnių poveikis turizmui

Turinys

- Įžangoje diskutuojama „Kodėl mes keliaujame? Kodėl mus tai džiugina? Kodėl turime stengtis, kad turizmo paslaugomis naudotis ir keliauti galėtų visi?“ temomis.
- Pateikiami pagrindiniai faktai ir statistika apie keliones bei turizmą, jų įnašas į ekonomiką ir gerovę. Kas yra tie keliaujantys žmonės, kokie jų poreikiai? Kaip senjorai ir žmonės, turintys prieigos reikalavimų, prisideda prie turizmo ekonomikos?
Įžangoje pateikiamas trumpas paaiškinimas apie turizmo sektoriaus pažeidžiamumą krizėms bei išoriniams

veiksniams: geopolitiniams (karas, terorizmas ir kt.); finansiniams, ekonominiams; gamtos ir ekstremalių oro reiškinių; epidemijų, pandemijų ir kt. Pasaulinės turizmo krizės Covid-19 svarba.

- Ekonominis COVID-19 poveikis turizmo sistemai, ypatingą dėmesį skiriant HORECA sektoriui.
 - * Darbuotojų trūkumas HORECA ir turizmo srityje: Covid-19 krizė sukėlė „karjeros emigraciją“ šiame sektoriuje. Siekiant darbuotojams užsitikrinti ilgalaikę karjerą šiame sektoriuje, būtinas profesinis mokymas.
 - * Po dvejų metų darbo „sutrikdytame“ arba varijuojančiame tarp atlaisvinimų ir suvaržymų sektoriuje, daug asmenų turi atnaujinti savo įgūdžius. Jiems turėtų būti suteikiama galimybė tobulinti įgūdžius, susijusius su prieinamumu ir klientų aptarnavimu atliepiant visų poreikius.
 - * Turizmo ir svetingumo sektorius susiduria su būtinybe „daugiau nuveikti su mažiau“: reikalingos investicijos į tvarumą, skaitmeninimą ir prieinamumą, tačiau tam trūksta likvidumo ir kapitalo. Infliacija ir didėjančios energijos bei maisto produktų kainos 2022 m. - tai dar vienas iššūkis.
 - * Pasirengimas ir atsparumas: naujų suiručių numatymas ir atitinkamų strategijų bei priemonių rengimas.
 - * Siekiant didinti visų piliečių įtrauktį, pastaruoju metu Europos strategijoje ir reglamentuose

akcentuojama, jog turizmo paslaugų teikėjai turi spręsti prieinamumo klausimus visoje turizmo vertės grandinėje.

- Sociokultūrinis Covid-19 poveikis keliautojams, asmenims ir bendruomenėms, daugiausia dėmesio skiriant pažeidžiamoms grupėms, kurias smarkiai paveikė pandemija.
 - * Kas labiausiai nenori keliauti ir pažinti pasaulį po pandemijos ir kodėl? Pagrindinių kliūčių suvokimas įgyvendinant sprendimus.
 - * Asmenys su negalia bei turintieji kitų specifinių prieigos reikalavimų, įskaitant senjorus, kurie dėl senėjimo gali susidurti su kliūtimis ar turėti įvairių sutrikimų (kliūtys, trukdančios jiems visapusiškai mėgautis kelionių patirtimi).
Kitos kliūtys ir apribojimai kaip pandemijos pasekmė. Galimybė atnaujinti turizmo paslaugas, sutelkiant dėmesį į senjorus ir žmones, turinčius negalią arba kitų specifinių prieigos reikalavimų.

1.2 tema. Krizės - tai galimybės ateities turizmui: įtraukaus turizmo atgaivinimas teisingo ir tvaraus vystymosi pagrindu

Turinys

Trumpalaikės strategijos – visų keliautojų pasitikėjimo susigrąžinimas ir paklausos skatinimas

- Pasitikėjimo stiprinimas ugdant naujus įgūdžius bei gebėjimus turizmo srityje.
 - * Praktiniai pritaikymai žmonėms su negalia ir (arba) kitais specifiniais prieigos reikalavimais: patirtis, įgyta įgyvendinant sveikatos ir saugos reikalavimus pandemijos metu.
 - * Naujų visuotinių ir tvarių kelionių, sveikatos, saugos ir higienos protokolų priėmimas atliepiant turistų, turinčių specifinių prieigos reikalavimų, poreikius.
 - * Skaitmeninės naujovės turizmo srityje: geresnis „mažesnio kontakto paslaugų“ ekonomikos supratimas.
 - * „Tradicinių“ svetingumo įgūdžių stiprinimas (pavyzdžiui, maisto gaminimo, valymo, bendravimo su žmonėmis, kalbų, tarpkultūrinių, žmogiškųjų išteklių, projektų ir klientų valdymo sistemų, apskaitos, vadovavimo).
- Rinkodaros ir skatinimo strategijų apžvalga. Rinkų, galinčių paspartinti atsigavimą, identifikavimas ir produktų diversifikacija.
 - * Įvadas į duomenų strategijas ir atitinkami įgūdžiai, būtini siekiant atliepti iššalvas apie duomenis.

- * Paveikios strategijos klientams, turintiems keletą prieigos reikalavimų.
- * Reklama žiniasklaidoje ir socialiniuose tinkluose.
- * Inovacijos ir skaitmeninis perėjimas: naujosios technologijos – svertas, palengvinantis kelionių ir turizmo patirtį visiems.

Ilgalaikės strategijos – įtraukaus turizmo skatinimas, pasinaudojant naujomis turizmo tendencijomis

- Demografiniai pokyčiai ir kylantys nauji motyvaciniai tikslai: rinkodaros strategijų pritaikymas ir turizmo paslaugų pasiūlos pozicionavimas pagal skirtingų kartų poreikius.
 - * Kas yra ateities keliautojai? Koks yra tipiškas Z kartos / tūkstantmečio turistai?
 - * Senjorai. Visuomenės senėjimo poveikis turizmui apskritai ir ypač visiems prieinamam turizmui.
 - * Naujos turizmo tendencijos: dviračių turizmas, gastronomicinis turizmas, patirčių turizmas, ekologinis turizmas.
- Tvarumas: aplinkosauginis, ekonominis ir sociokultūrinis, daugiau dėmesio skiriant aplinkai ir žmonėms.
 - * Aplinkosaugos veiksmingumo vertinimas ir tobulinimas.
 - * Bendravimas su klientais tvaraus elgesio tema.
 - * Kodėl tvarumas ir prieinamumas yra neatsiejami.
 - * Prieinamų ir tvarių paslaugų pasiūlymų kūrimas, siekiant atliepti naujas vartotojų tendencijas.
 - * Geriausių praktikų pavyzdžiai miestuose – kaip vietovėse galima sistemiškai spręsti aplinkos, tvarumo, prieinamumo, mobilumo aspektus.

2 modulis. Visiems prieinamas turizmas ir jo potencialas - vienas pagrindinių turizmo sektoriaus atsigavimo svertų

Šiame modulyje detaliai analizuojamas įtraukiosios turizmo ekosistemos kūrimas, kviečiant cMOOC dalyvius keisti nuomonėmis ir patirtimi apie esminius turizmo prieinamumo reikalavimus. Dėmesys skiriamas laipsniškam minkštųjų įgūdžių ir pagrindinių sąvokų (pavyzdžiui, universalaus dizaino) supratimui, siekiant užtikrinti, kad visiems prieinamas turizmas būtų pagrindiniu aspektu atnaujinant turizmo paslaugų pasiūlą.

2.1 tema. Prieinamumas kaip verslo galimybė turizmo kryptims ir įmonėms

Turinys

- Mokymasis visą gyvenimą: pagrindinis veiksnys sprendžiant turizmo ir svetingumo sektorių iššūkius.
 - * Profesinis mokymas: turizmo ir svetingumo sektoriaus darbuotojų trūkumo problemos sprendimas.
 - * Laikas, skirtas darbuotojų mokymui: mokymo modulių pritaikymas labai užimtiems darbuotojams ir skaitmeninių mokymo priemonių naudojimas.
 - * Minkštųjų įgūdžių tobulinimas: labiau prieinamos ir tvaresnės turizmo ekosistemos pagrindas. Minkštųjų įgūdžių plėtotei būtinas suvokimas, kad tai yra nuolatinis mokymosi ir tobulėjimo procesas.
 - * Kas yra minkštieji įgūdžiai? Tai, pavyzdžiui, gebėjimas atidžiai klausytis, aiškiai kalbėti, kantrybė, supratimas, empatija, problemų

sprendimas, nenumatytų situacijų valdymas, emocinis intelektas, gebėjimas bendrauti, teikti nešališkas ir įtraukias paslaugas, skirtas asmenims, turintiems specifinių prieigos reikalavimų.

- * Žinių ir įgūdžių tobulinimas turizmo prieinamumo srityje – tai galimybė, suteikianti ilgalaikes karjeros perspektyvas.
- Prieinamas turizmas visiems
 - * Visiems prieinamo turizmo prielaidos ir raida.
 - * Universalaus dizaino principai: prieigos pritaikymas asmenims, turintiems konkrečius prieigos reikalavimus tampa privalumu visiems vartotojams. Tai yra tvaru, nes sumažina vėlesnių pritaikymų ir naujo projektavimo poreikį.
 - * Prieinamumas nėra atskira veikla kasdienio darbo sraute: jis turi būti integruotas į visą turizmo vertės grandinės veiklą, organizavimą ir paslaugas.
 - * Įvadas į ISO standartą 21902 „Turizmas ir susijusios paslaugos – prieinamas turizmas visiems“.
 - * Įvadas į tinklapio prieinamumą ir WCAG 2.0 gaires.
 - * Prieinamumo įgūdžių mokymo būdai.
- Prieinamumas visiems kaip pagrindinė verslo galimybė ir konkurencinis pranašumas.
 - * Mito, „kad prieinamumas brangiai kainuoja“, sulaužymas. Nedideli požiūrio, elgesio ir siūlomų paslaugų pokyčiai gali turėti reikšmingos įtakos.
 - * Prieinamumas kaip inovacijų varomoji „jėga“.

- * Prieinamumas kaip tvarios praktikos varomoji jėga tankiau apgyvendintose ir dažniau turistų lankomose vietose.
 - * Prieinamumas kaip aukštesnės kokybės svetingumo paslaugų variklis: kodėl ir kaip prieinamos paslaugos naudingos visiems klientams.
 - * Prieinamumas naudingas tiek lankytojams, tiek vietos gyventojams, nes pagerina gyvenimo kokybę.
 - * Prieinamumas ir investicijų graža.
- Darbuotojų mokymas ir įtrauktis
 - * Žmonių su negalia įdarbinimas: kodėl pradinių iššūkių įveikimas generuoja verslo galimybes.
 - * „Patirti“ negalią: kaip pristatyti bendradarbiams ir darbuotojams ir juos informuoti.

2.2 tema. Taisyklės ir rekomendacijos prieinamumo didinimui turizmo įmonėse ir organizacijose.

Turinys

Prieinamumas: nuo „pirmųjų žingsnių“ iki įtraukios turizmo įstaigos.

- Mokymasis pamažu susitarti: priėmimo sistemos įstaigoje gerinimas.
 - * Prieinamumo suvokimas yra laipsniškas, nuolatinis procesas. Kaip „pirmieji prieinamumo žingsniai“ gali tapti šuoliais.
 - * Prieinamos vietos: sėkmės istorijos, iliustruojančios ankstesnį teiginį.

- * Jūsų vietovės ar įstaigos pasiekiamumo įvertinimas.
- * Tikslios, patikimos ir savalaikės informacijos bei komunikacijos apie prieinamumą vietovėje teikimas.

Pokalbių robotų integravimas, siekiant pagerinti informaciją apie siūlomų paslaugų prieinamumą

- Mokymasis apie patalpų atnaujinimo poreikį, atsižvelgiant į vartotojų prieigos reikalavimus.
 - * Prieinamumo integravimas į bendrą strateginę viziją.
 - * Universalus dizaino principų pritaikymas ir įgyvendinimas (svečiams ir darbuotojams).
 - * Klientų aptarnavimo ir maitinimo paslaugų gerinimas visiems turistams su skirtingais gebėjimais ir prieigos reikalavimais.
 - * Darbas su prieinamumo ekspertais.
 - * Sėkmės istorijos: vietų įrengimas ir atnaujinimas pagal universalus dizaino principus.

Prieinamumo didinimas visoje turistinėje vietovėje: holistinio požiūrio svarba

- Pagrindiniai turistinės vietovės rodikliai
 - * Turistinės vietovės SSGG analizė, stipriosios ir silpnosios pusės: sukurti pagrindą gyventi tinkamesnėms ir visiems priimtinesnėms kelionių vietovėms.
- Prieinamumo tobulinimo planavimas turistinėse vietovėse, visapusiško veiksmų plano sudarymas.
 - * Bendrų mokymo reikalavimų prieigos vietose

nustatymas.

- * Prieinamos įstaigos padeda pasiekti prieinamas vietas ir atvirkščiai (prieinamos vietovės „pasitarnauja“ prieinamoms įstaigoms).
- * Turistinėse vietovėse taikomos sveikatos ir saugos priemonės, kurios gali padidinti žmonių pasitikėjimą ir lemti sprendimą jas aplankyti.
- * Turistinės vietovės prieigos vadovo kūrimas.
- * Rekomendacijų rengimas dėl visiems prieinamų viešųjų paslaugų ir infrastruktūros.

divetour.eu



**Finansuoja
Europos Sąjunga**

Šis projektas finansuojamas remiant Europos Komisijai.

Nr. 2021-1-LT01-KA220-VET-000032925

Leidinyi atspindi tik autorių požiūrį, todėl Europos Komisija, jos institucijos ir Švietimo mainų paramos fondas negali būti laikomi atsakingi už šios medžiagos turinį ir bet kokį pateikiamos informacijos naudojimą.