



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

Handbók fyrir kennara og leiðbeinendur



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

Leiðbeiningar fyrir skilvirka handleiðslu á aðgengilega kennsluefninu fyrir OUTPACE Nýsköpun í ferðaþjónustu með poppmenningu

Þetta verkefni hefur verið fjármagnað með fulltingi framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins. Höfundur einn ber ábyrgð á þessari útgáfu (upplýsingamiðlun) og framkvæmdastjórnin ber enga ábyrgð á því hvernig upplýsingarnar sem hér birtast kunna að vera notaðar.

Efnisyfirlit

1.	Outpace-verkefnið - Nýsköpun í ferðaþjónustu gegnum poppmenningu	3
	Gagnlegir tenglar	4
2.	Um Outpace-námskeiðið – Aðgengilegt námsefni	5
3.	Kennslurammi og aðferðafræði	8
	Yfirlit yfir námsefni og þrep	8
	Handleiðsla og aðferðafræði	9
	Tillögur að kennslufyrirkomulagi	10
	Að kenna þátttakendum af öðrum toga	13
	Æfingar og hópavinna	14
4.	Kennslupakkar – innihald og æfingar	16
	PowerPoint-kennslupakkar	16
	Kennslupakki 2 – Hvað vilja poppmenningar ferðamenn?	19
	Kennslupakki 3 – Vöruþróun afþreyingar og ferðaþjónustu tengdri poppmenningu	21
	Kennslupakki 4 – Markaðssetning á ferðaþjónustu tengdri poppmenningu	24
	Kennslupakki 5 – Tekið á nokkrum helstu áskorunum	26
	Kennslupakki 6 – Að viðhalda afþreyingu og upplifunum í ferðaþjónustu tengdri poppmenningu	28
	Viðbótaræfingar og líkön	30
5.	Kennsluefni OUTPACE við hlið EntreComp: hæfniramma fyrir frumkvöðlafærni	32

1. Outpace-verkefnið - Nýsköpun í ferðaþjónustu gegnum poppmenningu

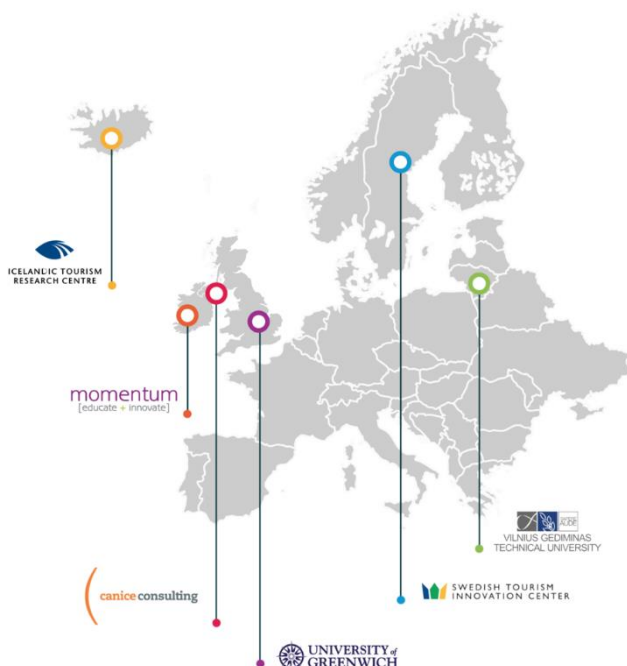
Poppmenningar ferðaþjónusta færast sífellt í vöxt og ber með sér aukin tækifæri og möguleika á nýsköpun, gefur færi á öflugum og sjálfbærum ferðaupplifunum og uppbyggingu á svæðinu. Ásamt aðdáendahópum um heim allan og stafrænu aðgengi getur poppmenning í ferðaþjónustu orðið að kröftugu og ummyndandi verkfæri fyrir iðnaðinn.

Þörf er á að þróa og skapa nýjar upplifanir fyrir ferðamenn. Ekki aðeins eru möguleikar og starfsumhverfi að breytast vegna langtímaafleiðinga af loftlagsbreytingum, umhverfispáttum og heimsfaraldrinum sem nú gengur yfir. Væntingar ferðamanna og neytendahegðun hafa einnig tekið breytingum til frambúðar sökum tölvuvæðingar, strauma í poppmenningu um heim allan, samfélagsmiðla og annarra þátta.

Outpace-verkefnið er samstarfsverkefni sem leitast við að byggja á þeim farsælu dæmum sem nú þegar finnast um poppmenningar ferðaþjónustu til að framleiða vandað og nútímalegt kennslufni sem gerir fyrirtækjum og landsvæðum kleift að nýta sér þau tækifæri sem nú bjóðast og fara vaxandi. Heildarmarkmiðið er að koma af stað fjölgun ferðaþjónustufyrirtækja sem þróa frumlegar vörur og þjónustu sem byggja á þeim möguleikum sem poppmenningar ferðaþjónusta veitir og þar með koma af stað virku svæðisbundnu ferðaþjónustuhagkerfi sem bregst betur við eftirspurn.

Poppmenningar ferðaþjónusta getur einnig hjálpað til við að takast á við mörg almenn atriði sem nú standa iðnaðinum fyrir þrífum. Outpace-námskeiðið setur fram skýr

dæmi og hrífandi sögur til að aðstoða notandann við að bera kennsl á og þróa sögur frá sínu eigin heimasvæði sem tengjast poppmenningu. Stafrænt aðgengi vikkar umfang svæðisbundinna upp-lifana og veitir um leið ómetanleg tengsl við aðdáendahópa á netinu. Notkun sjónræns efnis og gagnvirkra upplifana styrkir ferðamannastaði og gefur færi á virkum vefsýnileika og þróun á viðburðum sem er sérstaklega beint að aðdáendahópum.



Outpace er verkefni á vegum Evrópu-sambandsins og Erasmus+ sem tengir samstarfsaðila og sérfræðinga frá Litháen, Bretlandi, Íslandi, Svíþjóð og Írlandi. Samstarfsaðilar eru Canice Consulting, Gediminas-tækniháskólinn í Vilnius, Háskólinn í Greenwich, Rannsóknamiðstöð ferðamála á Íslandi, Momentum, og The Swedish Tourism Innovation Centre.



Gagnlegir tenglar

Opinbert vefsvæði Outpace	www.popculturetourism.eu/
Aðgengilegt námsefni – kennslupakkar námskeiðsins	www.popculturetourism.eu/open-education-resources/
Outpace-handbókin – leiðarvísir um popp-menningarferðaþjónustu	www.popculturetourism.eu/resource-pack-en/
Facebook-síða	www.facebook.com/outpaceeu/

2. Um Outpace-námskeiðið – Aðgengilegt námsefni

Opið námskeið Outpace og samliggjandi námsefni hafa verið þróuð til að nýta þá gríðarlegu möguleika fyrir nýsköpun í ferðaþjónustu sem poppmenningar ferðaþjónusta býður upp á. Námskeiðið er ætlað öllum þeim geirum og starfsgreinum sem ferðaþjónusta nær til sem og og skyldum iðnaði, þar með töldum smáfyrirtækjum, embættismönnum, aðilum sem sinna þróunarmálum á svæðinu, nemendum og öðrum sem hag hafa af atvinnuþróun með tilliti til ferðaþjónustu og ferðamannastaða.

Námskeiðið útvegar hjálpargögn sem gerir stofnunum sem bjóða upp á háskólanám, starfsnám og þjónustu við atvinnurekstur kleift að taka upp kerfisbundna nálgun á þjálfun nemenda í þróun skapandi og sjálfbærra framleiðsluvara og þjónustu sem byggist á þeim möguleikum sem poppmenning hefur upp á að bjóða. Hagsmunaaðilar sem hafa ávinning af þessu eru ferðaþjónustufyrirtæki, æðri menntastofnanir, fyrirtækjapróun, starfsmenntunarstofnanir og aðrir hagsmunaaðilar ferðaþjónustu.

TÍMABÆRT ÚRRÆÐI	HVAÐ FELST Í ÞESSARI ÞJÁLFUNARÁÆTLUN?
<p>COVID-19 gekk nærri litlum og millistórum ferðaþjónustufyrirtækjum og þurfa þau á nýjum krafti, hugmyndum og nýsköpun að halda til að endurbyggja og endurstaðsetja rekstur sinn í framtíðinni og fyrir framtíðina. Áður en COVID skall á hafði poppmenningar ferðaþjónusta verið að stigmagnast í Evrópu vegna vinsælda kvikmynda, sjónvarpsþáttaraða og bóka á borð við Harry Potter, Game of Thrones og Star Wars.</p> <p>Þegar við sátum föst heima hjá okkur árin 2020-2021 gleyptu flest okkar í sig poppmenningu (sjónvarpsþætti, bækur, tölvuleiki) enda var fátt um aðra afþreyingu. Þó COVID hafi ekki gert ferðaiðnaðinum marga greiða, er poppmenningar ferðaþjónusta nú í viðbragðsstöðu fyrir endurnýjaða og áframhaldandi aukningu næstu árin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 6 aðgengilegir kennslupakkar sem taka fyrir 30 efnisatriði • Handbók fyrir kennara og leiðbeinendur sem aðstoðar þig við handleiðslu í ýmis konar kennsluumhverfi – t.d. á netinu, í kennslustofu eða hvoru tveggja • Innsæi frá skipuleggjendum poppmenningar ferða • Yfir 50 dæmi • 18 (og fleiri) æfingar og vekefni • Innsæi sérfræðinga frá Litháen, Bretlandi, Írlandi, Íslandi og Svíþjóð

Námskeiðið „Nýsköpun í ferðaþjónustu gegnum poppmenningu“ er ókeypis, skapandi og sveigjanlegt námsgagn sem hjálpar þér sem leiðbeinanda að ræða og útskýra möguleikana sem felast í poppmenningar ferðaþjónustu, að hvetja til nýsköpunar með sögum og dæmum, og að koma af stað virkri þátttöku í þróun á skapandi vörum og þjónustu. Námskeiðinu er skipt upp í kennslupakka sem gefur svigrúm fyrir aðlögun og leyfir þér að aðlaga þjálfunina að þörfum og aðstæðum umhverfisins og markhópsins.

Námsefninu er skipt upp í 6 kennslupakka sem innihalda 30 efnisatriði, yfir 30 dæmi um poppmenningar ferðapjónustu, 9 hagnýtar æfingar (auk 10 æfingalíkana sem eru hluti þessarar leiðbeinendahandbókar), og gagnlegar ábendingar fyrir þróun á skapandi og sjálfbærum vörum og þjónustu sem byggjast á þeim möguleikum sem finna má í poppmenningu. Þetta skapandi námsefni var búið til með sérfræðipækkingu á hverju sviði fyrir sig og er komið til skila á hvetjandi hátt.

Yfirfarið af sérfræðingum

55 utanaðkomandi sérfræðingar í ferðapjónustu hafa farið yfir aðgengilegt námsefni OUTPACE og hver kennslupakki hefur verið yfirfarinn a.m.k. 16 sinnum. Eftirfarandi eru nokkrar af lykilniðurstöðunum og vísar að lykilafköstum:

- 96% af sérfræðingum í ferðapjónustu þykir mikið til námsefnisins koma
- 97% þykir námsefnið gagnlegt/mjög gagnlegt og eiga vel við/eiga mjög vel við
- 96% myndu mæla með eða deila námsefninu með öðrum
- 100% eru sammála því að námsefnið hafi annaðhvort aukið eða aukið til muna þekkingu þeirra á poppmenningar ferðapjónustu
- 100% af kennurum stefna á að nýta sér OUTPACE-námsefnið núna eða í framtíðinni

Hvað eigindlega endurgjöf varðar hefur námsefnið hlotið framúrskarandi dóma:

„Byggt á ítarlegum rannsóknum og vel komið á framfæri, virkilega gagnlegt og verðmætt ferðapjónustunýsköpunarþrógramm tilbúið til notkunar.“ - Leiðbeinandi í ferðapjónustu, Írlandi

„Hér er margs konar efni á ferð, nýjar upplýsingar og áhugaverð dæmi. Það er auðvelt að fylgja efninu eftir og það er gott jafnvægi á milli orða, mynda og myndbanda (þ.e. það er auðvelt að fara í gegnum allan kennslupakkann án þess að drukna í upplýsingum).“ - Leiðbeinandi í ferðapjónustu, Víetnam

„Gott myndefni og skýr uppbygging á aðgengilegu máli“ - Leiðbeinandi í ferðapjónustu, Íslandi

„Með einstökum dæmum og skýrri framsetningu á mismunandi gerðum poppmenningar ferðapjónustu var mér gert kleift að kynna mér þessa nýju námsgrein á frábæran hátt.“ - Viðskiptaráðgjafi í ferðapjónustu, Írlandi

3. Kennslurammi og aðferðafræði

Þessi Outpace-handbók sér leiðbeinendum, kennurum og þeim sem hafa umsjón með námskeiðinu fyrir yfirsýn og handleiðslu um hvernig best er að nota þetta aðgengilega námskeið Outpace. Handbókin myndar heild með námsefninu með skýru kennsluferli og hagnýtum hjálpargögnum til að kenna námskeiðið.

Í þessum hluta verður skoðað hvernig best er að nota efnið og kenna námskeiðið við mismunandi aðstæður.

Yfirlit yfir námsefni og þrep

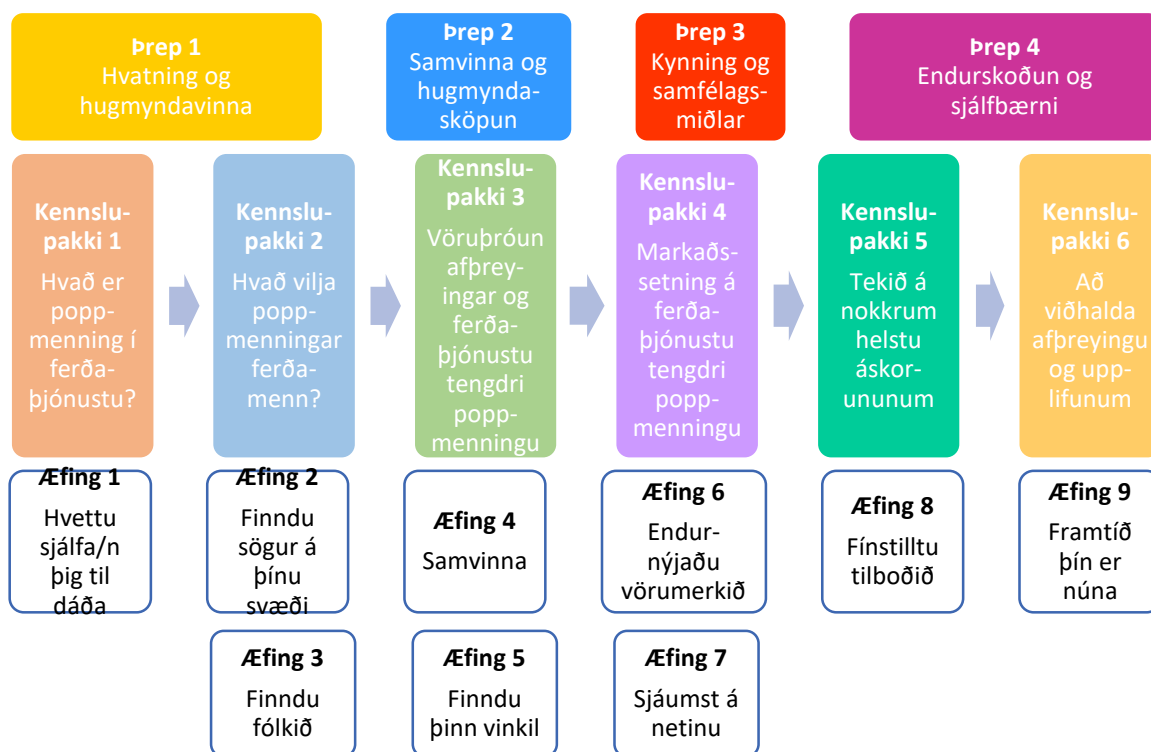
Meginefni námskeiðsins eru PowerPoint-glærurnar með sex kennslupökkum sem innihalda allt það sem þú þarft að vita um poppmenningar ferðaþjónustu. Auk þess eru níu æfingar tengdar kennslupökkunum sem leyfa þátttakendum að beita efni á sín eigin fyrirtæki eða heimasvæði. Hverri æfingu fylgir Word-sniðmát sem fylgir leiðbeiningarpakka fyrir kennara.

Saman mynda kennslupakkarnir og æfingarnar fjögur þrep sem taka saman innihald og markmið þessa námskeiðs.

Námskeiðsþrepin eru sem hér sýnir í töflunni:

Þrep 1	Hvatning og hugmyndavinna	Útlistanir og forsendur. Að finna kveikjur og rök fyrir poppmenningar ferðaþjónustu. Að hafa upp á svæðisbundnum möguleikum. Að greina markhópa og hvata.
Þrep 2	Samvinna og hugmyndasköpun	Samstarf og samvinna. Að skapa upplifanir byggðar á poppmenningu og athuga verslunargildi, viðskiptamöguleika og virðisauka.
Þrep 3	Kynning og samfélagsmiðlar	Ímyndarþróun og markaðssetning. Það sem hreyfir við poppmenningar ferðamönnum. Að nýta samfélagsmiðla til að tengjast aðdáendasamfélögum á netinu.
Þrep 4	Endurskoðun og sjálfbærni	Áskoranir og mögulegar lausnir og hugmyndir til að bjóða upp á þína eigin poppmenningar ferðaþjónustu. Sjálfbær ferðamennska, vaxtarstefnur og samfélagsferðaþjónusta.

Yfirlit yfir námskeiðið má finna á eftirfarandi flæðiriti:



Handleiðsla og aðferðafræði

Í námskeiðinu má finna fjölda sjónrænna dæma og dæmi um farsæl fyrirtæki til að læra af og hljóta innblástur frá. Þau sýna þá möguleika sem eru fyrir hendi og dýpka skilning þátttakenda á því hvað poppmenningar ferðabjónusta er og getur verið.

Eitt af mikilvægustu hlutverkunum sem þú sem leiðbeinandi sinnir er að leiðbeina þátttakendum í hvernig beita má þessari þekkingu í þeirra eigin umhverfi. Í þessu ferli eru æfingarnar þitt meginhjálpargagn. Æfingalíkonin innihalda leiðbeiningar og spurningar sem hjálpa þér að vísa þeim leið frá almennum lykilatriðum yfir í hagnýtar aðferðir og áþreifanlegan árangur, í skýrri framþróun í gegnum námskeiðið.

PowerPoint-kennslupakkarnir eru þín meginhjálpargögn til að koma þekkingu á framfæri og hvetja til lærdóms. Þeir gefa þátttakendum færi á að tengja við þekkt dæmi og tileinka sér grunnskilning á poppmenningar ferðabjónustu. Að auki mun efnið fá þátttakendur til að hugsa um ferlið á skapandi og frumlegan hátt.

Sérlega þýðingarmikill partur af námskeiðinu er það sem við köllum hugmyndasköpun – þegar áhersla er lögð á skapandi þróunarferli. Þetta er brýnn partur af þrepi 1, en það er gott að hafa það í huga á meðan námskeiðinu öllu stendur. Hugmyndasköpun í þessu samhengi snýst um að hugsa á frjálsan og skapandi hátt og vera opin fyrir nýjum hugmyndum. Þetta gerir þátttakendum kleift að átta sig á nýjum tækifærum

sem og hvar pláss er fyrir nýsköpun í eldri verkum og einnig að færa sig frá hugmyndavinnu yfir í þróunarvinnu, útfærslu og framkvæmd.

Kennsla á efninu við mismunandi aðstæður veltur mjög á samhenginu og ýmsum breytum. Hverjir þátttakendurnir eru, fulltrúar hvaða stofnana þeir eru, hversu gamlir þeir eru, hversu lengi þeir hafa unnið í ferðaiðnaðinum, hvort kennsla fari fram á staðnum eða á netinu o.s.frv.

Almennt séð leggjum við til að sama aðferðafræði sé notuð hvort heldur sem námskeiðið sé kennt í raunheimum eða á netinu. Við vissar aðstæður mælum við með því að þátttakendur séu líkamlega til staðar. En fjarkennsla hefur einnig sína kosti.

Þegar námskeiðið er haldið á staðnum geta samskipti verið virkari, beinskeyttari og lagað sig betur að aðstæðum. Þá er auðveldara að breyta vinnuhópum, ný sjónarmið vinna sig hraðar í sessi og hugmyndir breiðast út á skilvirkari hátt innan hópsins.

Með fjarnámi er hægt að leiða fólk saman fjær og nær, sem getur komið af stað skilmerkilegum og óvæntum samskiptum. Það að deila reynslusögum og hugmyndum er mikilvægur partur af námskeiðinu og stafræn hjálpargögn geta auðveldað okkur að leita víðar eftir inntaki.

Almennt séð mælum við með:

- endurteknum hópsamræðum þar sem hópunum er reglulega stokkað upp til að halda samræðunum líflegum
- hléum á milli tíma til að leyfa þátttakendum að vinna í æfingunum
- að fá utanaðkomandi aðila sem hefur sambönd á svæðinu með í leikinn til að missa ekki af tækifærum
- að nota stóran skjávarpa til að nýta myndir, myndbönd og önnur sjónræn hjálpargögn til fulls
- og að fylgja röðinni á kennslupökkunum en leika af fingrum fram þegar nauðsyn krefur.

Tillögur að kennslufyrirkomulagi

Hver kennslupakki samanstendur af PowerPoint-kennslupökkum sem varða hvert efni fyrir sig, auk kennsluefnis, æfinga og ferilsathugana. Við kennslu mælum við með því að þú lesir og kynnir þér efnið áður en þú byrjar og að þú fylgir kennslupökkunum í réttri röð svo lengi sem unnt er.

Líkönin hér að neðan eru dæmi um hvernig hægt er að setja upp kennsluna – breyttu og bættu um eins og nauðsyn krefur í hverju tilfelli. Líkönin byggjast á tveimur mismunandi tímarömmum: tveggja vikna hnitmiðuðu námskeiði þar sem tímar eru haldnir daglega, og sex vikna námskeiði þar sem tímar eru haldnir einu sinni til tvisvar á viku. Fyrri tímaramminn ætti að eiga sér stað í kennslustofu og sá síðari á netinu.

Tveggja vikna hnitmiðuð námskeið í kennslustofu

Námskeiðinu er lýst sem svo að það ætti að eiga sér stað í kennslustofu en einnig er hægt að aðlagja það að vinnustað, samkomustað á svæðinu eða að netheimum.

Stutta hnitmiðuða námskeiðið er hannað með það í huga að kennsla eigi sér stað á hverjum degi í tíu daga. Dagleg kennsla miðast við tvær tveggja tíma kennslustundir á dag með löngu hléi inni á milli, einum klukkutíma, sem gerir samanlagt fimm klukkutíma á dag. Hægt væri að hafa fyrri lotuna að morgni og þá seinni eftir hádegi.

Fyrri lota dagsins fer í fyrirlestur á PowerPoint-kennslupakka, og sá seinni fer í hópavinnu með æfingalíkaninu. Á þeim dögum þegar PowerPoint-kennslupakkinn nær yfir tvo daga ættu fyrirlestrarnir að dekkja hálfan kennslupakka hvorn daginn.

	Mán	Þri	Mið	Fim	Fös
<i>Vika 1</i>	Tími 1 Kennslu- pakki 1 Æfing 1	Tími 2 Kennslu- pakki 2 Æfing 2	Tími 3 Kennslu- pakki 2 Æfing 3	Tími 4 Kennslu- pakki 3 Æfing 4	Tími 5 Kennslu- pakki 3 Æfing 5
<i>Vika 2</i>	Tími 6 Kennslu- pakki 4 Æfing 6	Tími 7 Kennslu- pakki 4 Æfing 7	Tími 8 Kennslu- pakki 5 Æfing 8	Tími 9 Kennslu- pakki 6 Æfing 9	Tími 10 Saman- tekt og framtíðin

Leiðbeinandinn ætti að vera fyrirlesari, smiðjuleiðtogi og ráðgjafi þátttakenda á meðan einstaklings- eða hópavinnu stendur, sem og inn á milli kennslustunda.

Eitt námskeið gæti tekið u.þ.b. 15-20 þátttakendur, allt eftir samsetningu þeirra (sjá betur undir æfinga- og hópavinnu hér að neðan.

Inn á milli kennslustunda geta þátttakendur stúderað útprentaða eða stafræna PowerPoint-kennslupakkana, sem og unnið að hópavinnuæfingum.

Eftir u.þ.b. tvo mánuði mun eftirfylgniskennslustund eiga sér stað með öllum þátttakendum sem mun taka 2-4 klukkutíma, allt eftir fjölda þátttakenda. Þar munu hóparnir eða einstaklingarnir kynna það sem þau hafa gert síðan námskeiðinu lauk og deila reynslusögum sínum hvert með öðru.

Sex vikna hlutanámskeið á netinu

Námskeiðslýsingin gerir ráð fyrir að námskeiðið verði kennt á netinu en hægt er að aðlagga það að kennslustofu, vinnustað eða samkomustað á staðnum.

Hlutanámskeið á netinu er hugsað þannig að kennsla eigi sér stað einu sinni til tvisvar í viku í sex vikur. Í hverri viku verður einn kennslupakki tekinn fyrir sem og 1-2 æfingar honum tengdar. Kennslustundir eru tvöfaldar, tvisvar sinnum tveir klukkutímar með hléi inni á milli. Kennslustundirnar ættu að eiga sér stað að kvöldi til.

Fyrsta kennslustund á hverjum degi er fyrirlestur um PowerPoint-kennslupakkana, og sá seinni er hópavinna með æfingalíkaninu. Þær vikur sem innihalda tvo kennsludaga ættu fyrirlestrarnir að taka fyrir hálfa PowerPoint-sýningu hvorn dag.

	Mán	Þri	Mið	Fim	Fös
Vika 1		Tími 1 Kennslupakki 1 Æfing 1			
Vika 2		Tími 2 Kennslupakki 2 Æfing 2		Tími 3 Kennslupakki 2 Æfing 3	
Vika 3		Tími 4 Kennslupakki 3 Æfing 4		Tími 5 Kennslupakki 3 Æfing 5	
Vika 4		Tími 6 Kennslupakki 4 Æfing 6		Tími 7 Kennslupakki 4 Æfing 7	
Vika 5		Tími 8 Kennslupakki 5 Tími 8			
Vika 6		Tími 9 Kennslupakki 6 Æfing 9		Tími 10 Samantekt og framtíðin	

Leiðbeinandinn ætti að vera fyrirlesari, smíðjuleiðtogi og ráðgjafi þátttakenda á meðan einstaklings- eða hópavinnu stendur, sem og inn á milli kennslustunda.

Eitt námskeið gæti tekið u.þ.b. 15-20 þátttakendur, allt eftir samsetningu þeirra (sjá betur undir æfinga- og hópavinnu hér að neðan).

Inn á milli kennslustunda geta þátttakendur stúderað útprentaða eða stafræna PowerPoint-kennslupakkana, sem og unnið að hópavinnuæfingarverkefnum.

Eftir u.þ.b. tvo mánuði mun eftirfylgniskennslustund eiga sér stað með öllum þátttakendum sem mun taka 2-4 klukkutíma, allt eftir fjölda þátttakenda. Þar munu hóparnir eða einstaklingarnir kynna það sem þau hafa gert síðan námskeiðinu lauk og deila reynslusögum sínum hvert með öðru.

Að kenna þátttakendum af öðrum toga

Þessu námskeiði er beint að öllum geirum og starfsgreinum innan ferðaiðnaðarins og tengdum atvinnugreinum. Með þessu teljast athafnamenn, embættismenn, aðilar sem sinna atvinnuþróunarmálum á svæðinu, og nemendur. Margir munu græða á því að mennta sig í poppmenningar ferðapjónustu, t.d. smáfyrirtæki, menntastofnanir, atvinnugreinasamtök, staðaryfirvöld og samfélagið á svæðinu.

Þátttakendur af öðrum toga búa yfir ýmissi reynslu, sérkunnáttu og væntingum og þurfa mögulega á öðrum kennsluaðferðum að halda. Svæðisbundnar þarfir gætu gert það að verkum að leiðbeinendur verða að laga kennsluna að ákveðnum aðstæðum.

Taka verður með í reikninginn að þátttakendur hafa ólíka reynslu að baki þegar kennslustundir eru skipulagðar. Hvað eiga þau sameiginlegt og hvað er ólíkt með þeim? Menntun þeirra, atvinna og vinnuveitendur skiptir allt máli. En mögulega er það sem mestu máli skiptir núverandi starf og hugarfar.

Ferðapjónustufyrirtæki sem nú þegar eru til og vilja byrja að vinna með poppmenningu í ferðapjónustu eru mjög mikilvægur hópur. Þetta eru reynslumikið atvinnufólk sem þekkir almennt vel til í þessum geira. Með þeim er best að einbeita sér sérstaklega að straumum og stefnum og möguleikum í poppmenningu og þau eru móttækileg fyrir því að rýna betur í smáatriðin og tæknilegu hliðarnar. Það má að jafnaði gera ráð fyrir því að þau fari hratt í gegnum námsefnið og séu snögg að tileinka sér efnið og hvernig best sé að beita því í þeirra tiltekna umhverfi.

Kaupsýslufólk og athafnafólk getur haft gott af vel afmörkuðu og efnislegu kennslustofuumhverfi. Þetta opnar fyrir virk samskipti á hugmyndum og reynslusögum og ýtir undir nýsköpun. Þetta er jafnvel enn mikilvægara í hópum sem eru landfræðilega einsleitir, þar sem allir eru frá sama svæði og gætu hagnast vel á samstarfi og samvirkni í framtíðinni.

Embættisfólk og aðilar sem sinna þróunarstarfi innan ferðaiðnaðarins eru annar markhópur námskeiðsins. Megininntak námskeiðsins auk æfinganna virkar á vissan hátt jafnvel fyrir þessa þátttakendur, en sumar þarfir þeirra eru augljóslega frábrugðnar. Þótt athafnafólk kunni að hafa ósvikinn áhuga á samfélaginu og svæðinu sem það býr á, þá eru þessir hlutir kjörnum fulltrúa algjört forgangsatriði. Kjörnir fulltrúar hafa hugann við sértæk málefni og tækifæri sem eiga rætur sínar í svæðisbundnum málefnum og að þjóna samfélaginu.

Sjálfbærni er eitt slíkt málefni sem vert er að leggja sérstaka áherslu á. Mikilvægt er að gefa sér góðan tíma til að ræða áhrif á nærliggjandi umhverfi, sem og aðkomu samfélagsins og íbúa á svæðinu. Á sama tíma geta kjörnir fulltrúar borið á borð sjónarmið íbúa sem getur reynst árangursríkt þegar kemur að því að þróa nýjar upplifanir fyrir ferðamenn. Þekking á svæðinu og sögu svæðisins er sérlega mikilvæg þegar kemur að því að finna ný tækifæri.

Það getur reynst mjög árangursríkt þegar þátttakendur hafa mismunandi reynslu að baki. Þegar t.d. athafnafólk og kjörnir fulltrúar vinna saman að því að skipuleggja ferðamannastað með sín mismunandi sjónarmið og færni að leiðarljósi er hægt að ræða mörg deiluefni og velta upp hugmyndum þar sem þessi tvö starfssvið mætast.

Við leggjum til að þú skiptir þátttakendum í hópa gagnert með það í huga að hópavinnan verði jafn árangursrík og mögulegt er, sem veltur auðvitað á samsetningu þátttakenda og svæðisbundnu samhengi. Forðastu að para saman fyrirtæki sem eiga í samkeppni og reyndu að tengja saman stofnanir sem bæta hver aðra upp.

Æfingar og hópavinna

Æfingarnar (1-9) eru byggðar upp á svipaðan hátt sem er útskýrður hér í stuttu máli.

Æfingarnar eru hannaðar með það í huga að þátttakendur læri um þemu og efni sem þeir síðan geti beitt í sínu fyrirtæki og/eða heimasvæði. Tilgangurinn er að skapa sínar eigin upplifanir í poppmenningar ferðaþjónustu þar sem framvindan er skýr í gegnum allt námskeiðið, og nokkur af meginefnisatriðum kennslupakkanna eru tekin með í reikninginn. Niðurstöður úr hópavinnu verða drög að því hvernig hagnast megi á möguleikum í poppmenningar ferðaþjónustu að námskeiði loknu.

Æfingarnar eru gerðar fyrir hópa sem samanstanda af u.þ.b. 2-4 manneskjum. Hóparnir ættu að haldast þeir sömu í gegnum námskeiðið þar sem meðlimir munu vinna saman að þróun poppmenningar ferðaþjónustu. Þetta ber að hafa í huga þegar skipt er í hópa. Einstaklingar gætu einnig gert æfingarnar upp á sitt einsdæmi ef þörf og aðstæður krefja og lýtur það fyrirkomulag þá samþykki þínu sem leiðbeinanda.

Að því sögðu er einnig gott að stokka upp í hópunum til að rýma fyrir nýjum hugmyndum og sjónarmiðum. Þetta má gera á meðan námskeiðinu stendur þegar það á við og þú ættir þá að rýma fyrir uppstökkun á hópum í kennsluáætlun þinni.

Mundu líka að leyfa þátttakendum að halda vinnu sinni við æfingarnar áfram á milli kennslustunda ef þeir óska þess.

4. Kennslupakkar – innihald og æfingar

PowerPoint-kennslupakkar

Hver kennslupakki samanstendur af PowerPoint-glærum um efnið ásamt dæmum, PDF-skjölum, tenglum, myndböndum og aukakennsluefni, verkefnum og æfingum. Í námskeiðinu eru sex kennslupakkar. Hver kennslupakki skiptist í fimm efnisatriði.

Þar má finna gnægð dæma um poppmenningu í ferðapjónustu, sögum af velgengni og hagnýta handleiðslu. Inn á milli má finna gagnlegar staðreyndir, ábendingar, myndbönd og annað sem gagn má hafa af, þar með talið tölfræðilegar upplýsingar og staðreyndir sem færa rök fyrir að koma á fót poppmenningartengdri ferðapjónustu og hvernig hún getur verið öflugt verkfæri fyrir þróun og nýsköpun.

Meginþemað er hvernig hægt er að nota mismunandi viðhorf, sjónarmið og aðferðir við poppmenningar ferðapjónustu til að byggja upp þitt eigið fyrirtæki eða heimasvæði.

Í lok hvers kennslupakka má finna tengla á lykilheimildir og námsefni fyrir frekari lestur, t.d. blaðagreinar, bækur o.fl.

Hér að neðan má finna titla kennslupakkanna og yfrlit yfir innihald hvers þeirra.

Fyrst er hér lauflétt sundurliðun á kennslupökkunum:

Kennslu-pakki 1	Hvað er poppmenning í ferðapjónustu?	Til að byrja með lærirðu hvað poppmenning í ferðapjónustu er og hvernig þú getur notað hana til að rækta fyrirtæki þitt.
Kennslu-pakki 2	Hvað vilja poppmenningar-ferðamenn?	Nú er kominn tími til að komast að því hvað poppmenningar ferðamenn vilja!
Kennslu-pakki 3	Vörupróun afþreyingar og ferðapjónustu tengdri poppmenningu	Nú er tíminn til að hugsa um hvernig þú myndir þróa þínar eigin vörur og afþreyingu fyrir ferðapjónustu tengda poppmenningu.
Kennslu-pakki 4	Markaðssetning á ferðapjónustu tengdri poppmenningu	En hvernig ætlaðu að kynda undir spenningi fyrir vörunum þínum og afþreyingunni? Tími til að hugsa um markaðssetningu!
Kennslu-pakki 5	Tekið á nokkrum helstu áskorunum	Þetta verður þó ekki bara dans á rósum, þú munt þurfa að eiga við einhverjar áskoranir!
Kennslu-pakki 6	Að viðhalda afþreyingu og upplifunum í ferðapjónustu tengdri poppmenningu	Þetta er langt komið hjá þér en enn er langt í land, nú er tíminn til að sá nokkrum fræjum úthugsaðs skipulags og sjálfbærrar þróunar.

Kennslupakki 1 – Hvað er poppmenning í ferðapjónustu?



Kennslupakki 1	Hvað er poppmenning í ferðapjónustu?
Yfirlit	<p>Fyrsti kennslupakkinn útskýrir grundvallaratriði poppmenningar í ferðapjónustu og þá fjölmörgu möguleika sem henni fylgja. Þá er farið í margar gerðir poppmenningar sem leiða af sér ferðapjónustu, t.d. kvikmyndir, tónlist, bókmenntir og tölvuleiki.</p> <p>Kennslupakkinn gefur ýmis vel þekkt dæmi úr samtímanum af poppmenningarferðapjónustu í hverjum flokki og frá mismunandi löndum.</p> <p>Í pakkanum má finna gagnlegar staðreyndir og fræðandi myndbönd sem útskýra hvers vegna og hvernig poppmenningar ferðapjónusta er öflugt verkfæri fyrir þróun og uppbyggingu.</p>
Kennslupakki 1 Innihald – Námsefni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hvað er poppmenning í ferðapjónustu? 2. Ferðapjónusta tengd kvikmyndum og þáttum 3. Tónlistarferðapjónusta 4. Ferðapjónusta tengd bókmenntum 5. Cosplay, tölvuleikir og fleira
Námsmarkmið	<p>Við lok þessa áfanga muntu geta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • skilið eðli og gagnsemi poppmenningar í ferðapjónustu • leitað í dæmi um velgengni til innblásturs og leiðsagnar • útskýrt möguleikana á nýsköpun og hvatt aðra til dáða
Listi yfir dæmi	<p>Hér er listi yfir dæmi og sjónrænt efni sem fylgir þessum kennslupakka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harry Potter • Game of Thrones

	<ul style="list-style-type: none"> • Sound of Music • Star Wars • Bítlarnir • Justin Bieber • Drakúla • Cosplay • Assassin's Creed
Verkefni æfingar	<p>og Verkefni 1: Hvettu sjálfa/n þig til dáða</p> <p>Við byrjum á að tileinka okkur nýja þekkingu og sjónarmið með því að finna og láta reyna á rökin fyrir því að koma á fót poppmenningar ferðaþjónustu í þínu fyrirtæki/heimasvæði. Hvaða forsendur eru fyrir slíkri starfsemi á þínu heimasvæði?</p> <p>Þrjú saman í hóp, reynið að sannfæra hvert annað um hvers vegna þið ættuð að vinna með poppmenningu í ykkar ferðaþjónustu. Eitt ykkar færir rök fyrir máli sínu, eitt ykkar spyr spurninga, og eitt ykkar hlustar og gerir athugasemdir. Gerið þetta þrisvar og skiptist á hlutverkum. Gefið hvert öðru endurgjöf.</p> <p>Sumt af því sem vert er að hafa í huga er orðaval, tilvísanir í svæðið og möguleikana sem þar felast, og tengsl við ríkjandi strauma í poppmenningu.</p> <p>Við lok verkefnisins ætti hópurinn að vera búinn að sammælast um tvö til þrjú rök og geta tjáð þau á skýran og skilmerkilegan hátt.</p>

Kennslupakki 2 – Hvað vilja poppmenningar ferðamenn?



KENNSLUPAKKI 2 YFIRLIT

- 1 HVERJIR ERU POPPMENNINGARFERÐAMENN OG HVAÐ VILJA ÞEIR?
- 2 TÖKUSTAÐIR
- 3 GAGNVIRKAR UPPLIFANIR
- 4 TILFINNINGALEG FERÐALÖG
- 5 TENGL AÐDÁENDAHÓPA



Kennslupakki 2	Hvað vilja poppmenningar ferðamenn?
Yfirlit	<p>Í þessum kennslupakka skoðum við þarfir, væntingar og eftirlæti poppmenningar ferðamanna. Hvað drífur þá áfram?</p> <p>Með dæmum og tölfræðilegum upplýsingum skoðum við brennandi áhugamál ferðamanna, tókustaði, tilfinningalegar og gagnvirkar upplifanir, tryggð aðdáenda, og aðra þætti sem geta fengið ferðamenn til að ferðast lengra og eyða hærri fjárhæðum.</p> <p>Hvernig best sé að þróa ferðamannastaði í samvinnu við skapandi atvinnugreinar (t.d. kvikmyndaiðnaðinn) er rætt í fjórum ferilsathugunum. Einnig skoðum við hvernig stafrænir og gagnvirkir miðlar (t.d. sýndarveruleiki og gagnvirkar upplifanir) geta hjálpað til við að brúa bilið og búið til eftirminnilega reynslu.</p>
Kennslupakki 2 Innihald – Námsefni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hverjir eru poppmenningar ferðamenn og hvað vilja þeir? 2. Tökustaðir 3. Gagnvirkar upplifanir 4. Tilfinningaleg ferðalög 5. Tengsl aðdáendahópa
Námsmarkmið	<p>Við lok þessa áfanga muntu geta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • skilið mismunandi markhópa og hvað drífur þá áfram • bent á þá þætti sem keyra áfram poppmenningar ferðaþjónustu. • fundið tengsl milli tækifæra á þínu svæði og aðdáendahópa • Þróað ferðamannastaðinn þinn í samvinnu við skapandi atvinnugreinar

		<ul style="list-style-type: none"> • Unnið með stafrænum og gagnvirkum miðlum til að dýpka upplifanir
Listi yfir dæmi		<p>Hér er listi yfir dæmi og sjónrænt efni sem fylgir þessum kennslupakka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skoðunarferðir í Tsjernóbyl • Pirates of the Caribbean • Harry Potter • Paddington • James Bond • Crocodile Dundee • Breaking Bad • ABBA • Hollywood • The British Museum • L'Atelier des Lumières • Marvel comics
Verkefni æfingar	og	<p>Verkefni 2: Hafðu upp á sögum frá þínu svæði</p> <p>Þetta snýst um þitt heimasvæði og að kanna hvað staðir á svæðinu hafa upp á að bjóða. Hvaða kosti og aðföng hefur svæðið til að bera og hvernig geturðu tengt það við poppmenningu?</p> <p>Gefðu hugsunum þínum lausan tauminn og búðu til skrá yfir sögu, hefðir og tilvísanir í poppmenningu á þínu heimasvæði. Skoðaðu allt sem þú hefur án ritskoðunar – allar vísbendingar, tengsl og smáatriði geta reynst bera ávöxt. Nýttu þín eigin áhugamál og uppáhöld í poppmenningunni, vertu skapandi og fylgdu hugmyndum þínum eftir.</p> <p>Þú getur líka fengið þér sýndargöngutúr um svæðið þitt. Notaðu Google, Google Maps eða Google Earth og kannaðu umhverfið.</p>
Verkefni æfingar	og	<p>Verkefni 3: Finndu fólkið</p> <p>Það að geta lifað sig inn í menningarlega hluti á borð við sögur, persónur, leikara, staðsetningar og fantasíur er mikill hvati fyrir poppmenningar ferðamenn. Hérna muntu æfa hvernig best er að finna nýja markhópa byggt á sögum, áhuga, staðsetningu og samfélögum í landamæralausu sviði á heimsvísu.</p> <p>Með fyrri æfingu í huga, þar sem þú skoðaðir sögur frá þínu heimasvæði og athugaðir hvernig þú gætir byggt á þeim, spyrðu sjálfa/n þig hvaða áhugasvið mögulegra ferðamanna þú gætir tengt við.</p> <p>Mundu að þú hefur úr allri heimsbyggðinni að velja.</p>

Kennslupakki 3 – Vörupróun afþreyingar og ferðapjónustu tengdri poppmenningu



KENNSLUPAKKI 3 YFIRLIT



- 1 HVERNIG ER BEST AÐ KOMA FERÐAPJÓNUSTU TENGÐRI POPPMENNINGU Á FRAMFÆRI?
- 2 TÆKIFÆRI Á ÞÍNU SVÆÐI OG FLEIRA
- 3 POPPMENNINGARUPPLIFANIR FYRIR STYTTRI FERÐIR
- 4 POPPMENNINGARUPPLIFANIR FYRIR LENGRI FERÐIR
- 5 AÐRAR HÁTÍÐIR OG VIÐBURÐIR TENGDIR POPPMENNINGARFERÐAPJÓNUSTU

Heimild

Samvinna við hagaðila

Hverjir eru þeir?



PEIR HAFU ÁHRIF Á POPPMENNINGU MEÐ ÞVI AÐ FRAMLEIÐA, BÚA TIL OG STJÓRÐA KYNMYNDIR OG BAKKAR.

HÓLID SEM BYR TIL EFNIS



HÓTEL, VEITINGASTAÐIR, FERÐAPJÓNUSTUVIRTUÐ O.FL.

GESTJAFAR Á ÁFANGASTÖÐUM



PEIR HAFU FÖRIRFRAM ÁKVEÐNAR HUGMYNDR UM HVAÐ ÞEIR MUNU UPPLIFA.

POPPMENNINGARFERDA MENN



PEIR TAKA PERSÓNUM SEM LAÐA AÐ SÉR FYLGJENDUR.

LEIKARAR

OUTPACE

Kennslupakki 3	Vörupróun afþreyingar og ferðapjónustu tengdri poppmenningu
Yfirlit	<p>Í þessum kennslupakka verður skoðað hvernig þú getur skapað þínar eigin upplifanir fyrir poppmenningar ferðamenn. Í því felst að finna samstafsaðila fyrir þróun og nýsköpun í ferlum og vörum og byggja á fjölmörgum dæmum um ferðapjónustur sem veita hugmyndaríkar ferðaupplifanir.</p> <p>Við skoðum hvernig bera megi kennsl á mögulega hagsmunaaðila, og skoðum dæmi um farsælt samstarf. Við athugum hvað vinsælustu ferðamannastaðirnir tengdir poppmenningu hafa upp á að bjóða og hvað gæti útskýrt velgengni þeirra. Og við ræðum hvernig hægt sé að vera skapandi og finna sinn eigin vinkil á sínu heimasvæði.</p> <p>Það getur verið snúið að vinna með skapandi atvinnugreinum, sérstaklega framleiðendum kvikmynda, sjónvarpsþátta, bókmennta og tölvuleikja. Komið verður inn á þetta í einu verkefnanna.</p>
Kennslupakki 3 Innihald – Námsefni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hvernig er best að koma ferðapjónustu tengdri poppmenningu á framfæri? 2. Tækifæri á þínu svæði og fleira 3. Poppmenningarupplifanir fyrir styttri ferðir 4. Poppmenningarupplifanir fyrir lengri ferðir 5. Aðrar hátíðir og viðburðir tengdir poppmenningar ferðapjónustu

Námsmarkmið	<p>Við lok þessa áfanga muntu geta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • skilið hvað gerir helstu ferðamannastaði svona vinsæla • borið kennsl á helstu hagsmunaaðila og hafið með þeim samstarf • greint tækifæri á þínu svæði til að byggja á • þróað þínar eigin ferðaupplifanir tengdar poppmenningu
Listi yfir dæmi	<p>Hér er listi yfir dæmi og sjónrænt efni sem fylgir þessum kennslupakka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourism Australia/Verizon Media • James Bond/Diamonds are forever • The Great Gatsby/Long Island's Gold Coast • Fifty Shades of Grey/Vancouver-svæðið • Ísland og Hollywood • Litháen og Netflix (Chernobyl, Stranger Things) • Bretland, London and Norður-Írland • Stokkhólmur/ABBA • Dæmi um styttri og lengri ferðir • Hátíðir og viðburðir
Verkefni og æfingar	<p>Æfing 4: Samvinna</p> <p>Þessi æfing gengur út á að bera kennsl á hagsmunaaðila til að hefja samstarf með. Það eru margir sem koma að poppmenningar ferðaþjónustu og við verðum að finna þá sem máli skipta, eru til staðar og eru starfinu vaxnir. Hver er í forsvari fyrir ferðaþjónustu á þínu svæði? Hver getur aðstoðað við að láta hugmyndir þínar og markmið rætast? Hagsmunaaðilar geta haft mismunandi ástæður fyrir samstarfi, sem velta á eðli og stefnumiði fyrirtækja þeirra.</p> <p>Við útvegum líkan til að notast við þegar bera á kennsl á hagsmunaaðila og greina þá. Í þessu felst að kortleggja ástæður þeirra og setja fram í hverju samstarf þeirra gæti falist.</p> <p>Þið vinnið í fámennum hópum og markmiðið með æfingunni er að velja þrjá meginhagsmunaaðila til að hefja samstarf með (eða þróa núverandi samstarf lengra) og byrja að skipuleggja hvaða mynd samstarfið gæti tekið.</p>
Verkefni og æfingar	<p>Æfing 5: Finndu þinn vinkil</p> <p>Hvers konar upplifanir – svæði, vörur, þjónusta, viðburði – hefur svæðið þitt upp á að bjóða sem tengist poppmenningu?</p>

	<p>Við ræðum þau gildi sem tengjast mismunandi upplifunum og viðskiptamöguleika sem tengjast mismunandi vöruflokkum. Við útvegum lista yfir tólf mismunandi leiðir sem þú gætir hagnast á poppmenningu.</p> <p>Þið farið yfir listann í pörum og ræðið leiðirnar á meðan þið skrifið niður hugmyndir og áform. Því næst veljið þið þær leiðir sem koma ykkur hvað mest við og útlistið nánar möguleikana.</p>
--	---

Kennslupakki 4 – Markaðssetning á ferðapjónustu tengdri poppmenningu



KENNSLUPAKKI 4 YFIRLIT

- 1 AF HVERJU ÞARF POPPMENNINGARFERÐAÞJÓNUSTA SÉRSTAKA MARKAÐSSETNINGU?
- 2 BYGGÐU UPP ÞITT VÖRUMERKI FYRIR POPPMENNINGARFERÐAÞJÓNUSTU
- 3 NÝTTU ÞÉR ÁHRIF AÐDÁENDAHÓPA
- 4 EFNI ÚTBÚIÐ AF NOTENDUM
- 5 SKÆRULIÐAMARKAÐSSETNING, ÁHRIFAVALDAR OG FRÆGT FÓLK

Hverjir eru áhrifavaldar?




Áhrifavaldar eru notendur samfélagsmiðla sem eru með þúsundir fylgjenda og framleiða hágaða efni. Með því að vera í samstarfi við áhrifavalda sem markhópurinn binn fylgist með, gætir þú aukið umfang þitt verulega. Einn helsti óskosturinn við slíkt samstarf er að það getur verið tiltölulega dýrt en þú oft þess virði, sérstaklega á fyrstu stigum verkefnisins.

Kennslupakki 4	Markaðssetning á ferðapjónustu tengdri poppmenningu
Yfirlit	<p>Í þessum kennslupakka lærum við meira um ástæður og þarfir poppmenningarferðamanna og hvernig best er að haga markaðssetningu. Í því felst að ná tengslum við þær sterku tilfinningar, sjálfsmýndir og aðdáendatryggð sem má finna í poppmenningu, og að hagnast á þeirri athygli sem sviðsetningar og smáatriði fá í aðdáendakreðsum.</p> <p>Að byggja upp vörumerki í poppmenningar ferðamennsku felur í sér notkun á samfélagsmiðlum, þekkingu á aðdáendahópum, skilning á samfélögum á netinu og efni sköpuðu af notendum, og að notfæra sér áhrifavalda og óhefðbundna markaðssetningu. Það felur í sér að sjá aðdáendasamfélög sem meðhöfunda að upplifunum þar sem þau deila sögum fyrir, eftir og á meðan ferðalaginu stendur.</p> <p>Kennslupakkinn inniheldur þrjár styttri æfingar til að vinna á virkan hátt með meginþemun – samfélagsmiðla, skæruliðamarkaðssetningu og hugmyndavinnu í kringum vörumerkjapróun. Stuttu æfingarnar halda áfram vinnunni úr kennslupakka 3 sem gekk út á samstarf og tilboð á svæðinu, og virka vel í hópa-vinnu í kennslustofu.</p>
Kennslupakki 4 Innihald – Námsefni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Af hverju þarf poppmenningar ferðapjónusta sérstaka markaðssetningu? 2. Byggðu upp þitt vörumerki fyrir poppmenningar ferðapjónustu 3. Nýttu þér áhrif aðdáendahópa 4. Efni útbúið af notendum 5. Skæruliðamarkaðssetning, áhrifavaldar og frægt fólk

Námsmarkmið	<p>Við lok þessa áfanga muntu geta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • þekkt ástæður og þarfir poppmenningar ferðamanna • byrjað að þróa vörumerki tengt poppmenningar ferðaþjónustu • sett þig í tengingu við sterkar tilfinningar aðdáendahópa á netinu • notað stafræna markaðssetningu gegnum samfélagsmiðla og efni útbúnu af notendum
Listi yfir dæmi	<p>Hér er listi yfir dæmi og sjónrænt efni sem fylgir þessum kennslupakka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thetravelergene á TikTok • Peaky Blinders Bar í Liverpool • Draiocht House í Roscommon • Ráðstefnur og hátíðir tengdar poppmenningu • Vagabrothers YouTube-rásin • Ferðamálastofa Ástralíu • Skæruliðamarkaðssetning fyrir Game of Thrones
Æfingar verkefni og	<p>Verkefni 6: Endurnýjaðu vörumerkið þitt</p> <p>Hugmyndavinna til að rannsaka og koma á fót þínu sérstaka vörumerki. Hvernig viltu að poppmenningar ferðamenn sjái fyrirtæki þitt eða heimasvæðið þitt? Partur af því eru vörurnar, þjónustan og lausnirnar sem þú býður upp á. Þú vinnur að því að finna aðalhagsmuni, sérstæða söluvinkla, og hugrenningartengsl sem felast í vörumerkinu þínu.</p>
Æfingar verkefni og	<p>Verkefni 7: Sjáumst á netinu</p> <p>Félagslega hliðin er mikilvægur hlutur af poppmenningarupplifunum. Það er vinsælt að deila upplifunum sínum á samfélagsmiðlum – bæði fyrir, eftir, og á meðan þeim stendur – og veitir það víðtæka möguleika á að ná tengslum við aðdáendasamfélög á netinu. Í öðrum tilfellum á upplifunin sér alhliða stað á netinu. Hvernig getum við borið kennsl á og byggt á því sem finna má á netinu?</p>

Kennslupakki 5 – Tekið á nokkrum helstu áskorunum



KENNSLUPAKKI 5 YFIRLIT

- 1 ÁHRIF COVID-19 OG FERÐAÞJÓNUSTA FRAMTÍÐARINNAR
- 2 ENDURNÝJANLEG OG SJÁLFBÆR POPPMENNINGARFERÐAÞJÓNUSTA
- 3 OFGNÓTT FERÐAMENNSKU TENGÐRI POPPMENNINGU – BIEBER ÁHRIFIN, FROZEN ÁHRIFIN, O.FL.
- 4 KASTLÓSI BEINT AÐ VISTVÆNNI FERÐAÞJÓNUSTU
- 5 AÐ GERA SÝNDARUPPLIFUN AÐ SÖLUVÖRU Í FERÐAÞJÓNUSTU

Endurnýjanleg og sjálfbær ferðaþjónusta... leiðandi undirstöðuatriði




UNWTO og OECD hafa lagt áherslu á sjálfbæra ferðaþjónustu við uppbyggingu eftir COVID-19.



Aukin áhersla á staðbundnar og svæðisbundnar þarfir ásamt óskum samfélaga og íbúa.



Endurnýjanleg-, sjálfbær-, og poppmenningar ferðaþjónusta þarf að þróast í samvinnu opinberra stofnanna, einkageirans og samfélaga.



Lykillinn er að finna betra jafnvægi milli ferðaþjónustunnar og samfélagsins.

Kennslupakki 5	Tekið á nokkrum helstu áskorunum
Yfirlit	<p>Þótt kórónuveirufaraldurinn hafi gengið nærri ferðaiðnaðinum, veitir hann einnig tækifæri til að endurhugsa og skipuleggja framtíðina. Í þessum kennslupakka verða áskoranir teknar fyrir og athugað hvað þær hafa í för með sér og hvaða lausnir eru til.</p> <p>Endurnýjanleg ferðaþjónusta er nálgun sem veitt getur lausnir, skapað virðisauka og komið af stað sjálfbærni á ferðamanna-stöðum. Hér verða kynnt fimm skref um hvernig hægt er að sameina endurnýjanleika og poppmenningar ferðaþjónustu, og einnig leiðbeinandi meginreglur, þ.m.t. leiðbeiningar frá UNWTO.</p> <p>Við ræðum „ofgnótt ferðamennsku“ (þegar fjöldi ferðamanna eykst skyndilega gríðarlega) sem er einkennandi fyrir poppmenningar-ferðaþjónustu með dæmum og hvernig hægt er að eiga við þetta fyrirbæri, og lítum á undirstöðuatriði vistvænnar ferðaþjónustu og hvað hún hefur upp á að bjóða.</p> <p>Að lokum er kynntur ávinningur af sýndarferðamennsku og skoðunarferðum á netinu. Gagnvirkar skoðunarferðir og sýndarveruleiki eru að færast í aukana, ekki síst til að vega upp á móti rénun í ferðaþjónustu, og ber með sér mikla möguleika.</p>
Kennslupakki 5 Innihald – Námsefni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Áhrif COVID-19 og ferðaþjónusta framtíðarinnar 2. Endurnýjanleg og sjálfbær poppmenningar ferðaþjónusta 3. Ofgnótt ferðamennsku tengdri poppmenningu – Bieber-áhrifin, Frozen-áhrifin, o.fl.

26

	<p>4. Kastljósi beint að vistvænni ferðapjónustu</p> <p>5. Að gera sýndarupplifun að söluvöru í ferðapjónustu</p>
Námsmarkmið	<p>Við lok þessa áfanga muntu geta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tekist á við núverandi áskoranir í ferðapjónustu og skipulagt framtíðina • notað endurnýjanlega ferðapjónustu til sjálfbærrar nýsköpunar • beitt fyrirbyggjandi aðgerðum og vistvænni ferðapjónustu til að eiga við ofgnótt ferðamennsku • þróað lausnir með sýndarferðamennsku og búið til efni fyrir gagnvirkar skoðunarferðir
Listi yfir dæmi	<p>Hér er listi yfir dæmi og sjónrænt efni sem fylgir þessum kennslupakka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visit Flanders – endurnýjanleiki í ferðapjónustu • Ferilsathugun frá Barselóna • Bieber-áhrifin á Íslandi • Frozen-áhrifin í Austurríki og Noregi • Star Wars-áhrifin á Írlandi • Girl Travel streymdar ferðir • Streymd gönguferð um Dubrovnik • Homemade Food & Fun • Sýndarferð um Bath • Sýndarferð um gamla bæinn í Frankfurt • National Geographic Explore Oculus Quest • Hátíðir í beinni útsendingu
Verkefni og æfingar	<p>Æfing 8: Fínstilltu tilboðið þitt</p> <p>Þessi æfing hjálpar þér að lagfæra þær hugmyndir og áætlanir sem þú hefur rissað upp með tilliti til þeirra áskorana sem standa þér í vegi. Til að byrja með þarf að bera kennsl á megináskoranirnar. Því næst ræðum við hvað þú getur lagfært og hvernig. Geta hugtökin endurnýjanleg ferðamennska, vistvæn ferðamennska, sýndarferðamennska eða samfélagsleg ferðamennska (sjá næsta kennslupakka) veitt þér verkfæri sem þú getur nýtt þér? Líkanið sem fylgir hjálpar okkur að kortleggja áskoranir og greina mögulegar lausnir, skref fyrir skref.</p>

Kennslupakki 6 – Að viðhalda afþreyingu og upplifunum í ferðapjónustu tengdri poppmenningu



KENNSLUPAKKI 6 YFIRLIT

- 1 AÐ HALDA POPPMENNINGA FERÐAÞJÓNUSTU VIÐ - YFIRLIT
- 2 VARANLEGUR VÖXTUR FERÐAÞJÓNUSTU TENGDRI POPPMENNINGU
- 3 ÁVINNINGUR ÞESS AÐ VERA HLUTI AF STERKU SVÆÐISBUNDNU OG SJÁLFBÆRU VÖRUMERKI/KYNNINGU
- 4 LJÓSI VARPAÐ Á SAMFÉLAGSLEGA FERÐAÞJÓNUSTU
- 5 UNDIRBÚNINGUR FYRIR FRAMTÍÐAR TÆKIFÆRI TENGDRI POPPMENNINGU

ÁVINNINGUR ÞESS AÐ VERA HLUTI AF STERKU SVÆÐISBUNDNU OG SJÁLFBÆRU VÖRUMERKI/KYNNINGU



SAMRÆMD ÍMYND – TRÚVERÐUGLEIKI OG TRAUST
Með sameiginlegu áttaki ferðapjónustuaðila getur ávinningurinn af því að markaðssetja svæði sem poppmenningsvæði fljótt farið að skila sér í fleiri gestum inn á svæðið.



SJÁLFBÆR OG ÁBYRG PRÓUN
Það er mikilvægt að vinna að sameiginlegri framtíðarsýn eða sameiginlegum markmiðum. Poppmenning getur leitt til ógnótt ferðamennsku svo vel verður að standa að skipulagningu og stjórnun.



TÆKIFÆRI TIL SAMVINNU OG AÐ LÆRA SAMAN
Svæðiskynning snýst öll um að miðla þekkingu og skapa rými fyrir samvinnu og samskiptum. Þú getur lært mikið af því að vinna með kollegum þínum.



DRÍFA ÁFRAM MEÐVITUND OG SÖLU
Endanlegt markmið svæðis-/áfangastaðakynningar er að auka tekjur af ferðamönnum fyrir alla og vel unnin svæðisbundin kynning getur skilað miklu til svæðisins.

Kennslupakki 6	Að viðhalda afþreyingu og upplifunum í ferðapjónustu tengdri poppmenningu
Yfirlit	<p>Hvað er sjálfbær ferðapjónusta og hvers vegna er hún mikilvæg? Í þessum kennslupakka svörum við þessu með því að vinna með skilgreiningar, líkön fyrir vöxt í viðskiptum, svæðisbundið samstarf og kynningar, sem og samfélagslega ferðamennsku.</p> <p>Eitt meginatriði er hvernig greiða megi leið fyrir varanlegum vexti, og við útvegum lista yfir fimm lykilatriði sem fyrirtæki þitt og/eða heimasvæði hefði gott af að íhuga.</p> <p>Með víðfeðmu viðhorfi og svæðisbundnu samstarfi má hagnast vel og laða að ferðamenn erlendis frá. Við tölum um þetta efni og hverju huga þarf að þegar þú kynnir ferðamannastaðinn þinn. Við gefum góð ráð um hvernig þú getur gert poppmenningar ferðapjónustuna þína að hluta af vörumerki heimasvæðis þíns.</p> <p>Samfélagsleg ferðapjónusta snýst um að hvetja heimamenn til að taka virkan þátt í uppbyggingunni sem og að stuðla að virðingu fyrir samfélagslegu og náttúrulegu umhverfi. Við skoðum hvernig það getur verið eflandi á gagnkvæman hátt að skapa verðmæti fyrir samfélagið og ferðamannastaðinn þinn. Kennslupakkinn kynnir tengla á Verkfærakistu samfélagslegrar ferðapjónustu (e. Community Tourism Toolkit) ásamt fleiri hagnýtum ábendingum og hjálpargögnum.</p> <p>Að lokum fylgja ábendingar um hvernig best er að undirbúa sig fyrir að notfæra sér sívaxandi tækifæri, og einnig tvær æfingar um hvernig á að vinna með vörumerki heimasvæðis þíns sem og gátlisti fyrir stöðugar</p>

28

	framfarir.
Kennslupakki 6 Innihald – Námsefni	<ol style="list-style-type: none"> 1. Að halda poppmenningar ferðapjónustu við – yfirlit 2. Varanlegur vöxtur ferðapjónustu tengdri poppmenningu 3. Ávinningur þess að vera hluti af sterku svæðisbundnu og sjálfbæru vörumerki/kynningu 4. Ljósi varpað á samfélagslega ferðapjónustu 5. Undirbúningur fyrir framtíðartækifæri tengd poppmenningu
Námsmarkmið	<p>Við lok þessa áfanga muntu geta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • greint efnahagsleg, félagsleg og umhverfisleg áhrif þín • skapað varanlegan vöxt fyrir fyrirtæki þitt og/eða heimasvæði • þróað svæðisbundið samstarf og kynnt svæðisbundið vörumerki • kynt undir og hafið samstarf við samfélagið á svæðinu • búið þig betur undir að notfæra þér síaukna möguleika í ferðapjónustu • beitt ýmsum aðferðum og verkfærum til að auka sjálfbærni
List of examples	<p>Hér er listi yfir dæmi og sjónrænt efni sem fylgir þessum kennslupakka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vistvæn ferðapjónusta innblásin af Hobbítanum • Norður-Írland og Game of Thrones • Dyrnar (Tourism Northern Ireland og Tourism Ireland) • Skellig Michael á Írlandi • Dubrovnik og King's Landing • The Quiet Man, kvikmynd frá 1952 og írskur bær • #ForeverEdinburgh – markaðsherferð • Where is Vilnius – markaðsherferð • Tónlistarferðapjónusta í Svíþjóð • The Fable Bar, Bretlandi
Verkefni og æfingar	<p>Æfing 9: Framtíð þín er núna</p> <p>Hvernig fellum við sjálfbærni inn í skipulag okkar? Við skoðum og berum kennsl á þau efnahagslegu, samfélagslegu og umhverfislegu áhrif sem fyrirtæki þitt og poppmenningar ferðapjónusta hafa á svæðinu þínu. Við skoðum hvernig það að taka breytingum og nýrri tækni opnum örmum getur aukið varanlegan vöxt. Og við ræðum hvaða tími hentar best til að notfæra sér möguleikana á svæðinu.</p>

Viðbótaræfingar og líkön

Námskeiðið samanstendur af níu æfingum sem fylgja þeim kennslupakkanna og efnisatriðum eftir. Hver kennslupakki inniheldur eina eða tvær æfingar með skýrri framvindu sem byggja á fyrri æfingum. Æfingarnar eru hannaðar þannig að þátttakendurnir geti brotið til mergjar nokkra af meginþáttum námsefnisins með því að beita lykilatriðum á þeirra eigin fyrirtæki og/eða heimasvæði og sannreyna þannig kenningarnar.

Hverri æfingu fylgir líkan með stuttri kynningu og greinargóðum leiðbeiningum um hvernig vinna skuli verkefnið, þar með talin nákvæm tafla sem notast skal við til að inna æfingarnar af hendi. Athugið að sumar upplýsinganna er bara að finna í töflunum og ekki í lesefninu.

Æfingarnar munu sjá þátttakendum fyrir leiðum til að byrja að þróa sínar eigin poppmenningarupplifanir, skref fyrir skref. Þær auðvelda þátttakendum að skoða með beinum hætti svæðisbundin viðskiptatækifæri og byggja á þeim kostum sem svæðið hefur upp á að bjóða fyrir skapandi þróunarstarf.

Hér eru æfingarnar með stuttum lýsingum. Sjá sundurliðum á kennslupökkum og æfingarlíkön fyrir frekari upplýsingar, sem og kaflann Kennslurammi og aðferðarfræði fyrir almennar aðferðir og vinnubrögð.

Æfing 1	Hvettu sjálfa/n þig til dáða	Við byrjum á því að <i>tileinka</i> okkur nýja þekkingu og sjónarmið með því að finna og láta reyna á rökin fyrir því að koma á fót poppmenningar ferðapjónustu í þínu fyrirtæki/heimasvæði. Við skiptumst á og gefum hvert öðru endurgjöf. Hvaða <i>forsendur</i> eru fyrir slíkri starfsemi á þínu heimasvæði?
Æfing 2	Hafðu upp á sögum frá þínu heimasvæði	Poppmenningar ferðamenn geta rutt nánast hvaða hindrun úr vegi fyrir uppáhaldssögurnar sínar. Þetta snýst um <i>staðsetninguna</i> – hvað staðir á svæðinu hafa upp á að bjóða og hvernig hægt er að tengja þá við poppmenningu. Gefðu hugsunum þínum lausan tauminn og búðu til <i>skrá</i> yfir sögu, hefðir og tilvísanir í poppmenningu á þínu heimasvæði. Skoðaðu allt sem þú hefur og notaðu ímyndunaraflið.
Æfing 3	Finndu fólkið	Það að geta lifað sig inn í menningarlega hluti á borð við sögur, persónur, leikara, staðsetningar eða fantasíur er mikill <i>hvati</i> fyrir poppmenningar ferðamenn. Þú munt æfa hvernig best er að finna nýja <i>markhópa</i> byggt á sögum, áhuga, staðsetningu og samfélögum. Hvaða hvata tengir þú við?
Æfing 4	Samvinna	Þessi æfing gengur út á að <i>bera kennsl á hagsmunaaðila</i> til að vera í samskiptum við. Hver er í forsvari á þínu heimasvæði, hver getur lagt sitt af mörkum, og hvaða hag hafa þeir af samstarfi? Við útvegum líkan til að bera kennsl á og greina

		hagsmunaaðila og leggja drög að <i>samstarfi</i> .
Æfing 5	Finndu þinn vinkil	Hvers konar upplifanir – svæði, vörur, þjónustu, viðburði – hefur heimasvæðið þitt upp á að bjóða sem tengist poppmenningu? Við ræðum verðgildi og <i>viðskiptamöguleika</i> sem tengjast tólf mismunandi leiðum sem þú gætir hagnast á poppmenningu.
Æfing 6	Endurnýjaðu vörumerkið þitt	Hugmyndavinna til að koma á fót þínu <i>einstaka vörumerki</i> . Hugsðu um hvernig þú viljir að fólk sjái fyrirtæki þitt eða heimasvæði, þar með talið vörur, þjónustu og lausnir sem þú býður upp á. Hvað gefur vörumerki þitt til kynna í dag?
Æfing 7	Sjáumst á netinu	Hér skoðum við hina mikilvægu <i>félagslegu hlið</i> poppmenningarferðapjónustunnar og þau tækifæri sem færast í aukana með hjálp samfélagsmiðla og aðdáendasamfélaga á netinu, sem og hreina stafræna upplifun. Í þessu felst sjónsköpun.
Æfing 8	Fínstilltu tilboðið	Nú er gott að átta sig á hverjar <i>megináskorarnir</i> sem þú stendur frammi fyrir eru og hvernig þú getur hagrætt hugmyndum þínum og áætlunum í samræmi við það. Getum við notað verkfæri frá endurnýjanlegri, vistvænni, sýndar- eða samfélagslegri ferðamennsku? Við útvegum <i>líkan</i> til að kortleggja áskoranir og greina mögulegar lausnir.
Æfing 9	Framtíð þín er núna	Hvernig fellum við <i>sjálfbærni</i> inn í áætlanir okkar? Við munum skoða efnahagsleg, félagsleg og umhverfisleg <i>áhrif</i> á heimasvæði þínu, skoða breytingar og nýja tækni með tilliti til varanlegs vaxtar, og ræða hvaða tími hentar best til að nýta sér möguleikana á svæðinu.

5. Kennsluefni OUTPACE við hlið EntreComp: hæfniramma fyrir frumkvöðlafærni

Uppbygging á frumkvöðlafærni evrópskra borgara og stofnana hefur verið eitt af lykilstefnumiðum Evrópusambandsins og aðildaríkja þess í mörg ár og er eitt af átta lykilhæfnatriðum fyrir ævinám (e. Key Competences for Lifelong Learning). EntreComp: hæfniramminn fyrir frumkvöðlafærni (e. The Entrepreneurship Competence Framework) lýsir frumkvöðlafærni sem ævilöngum hæfileika, skilgreinir þá þætti sem frumkvöðlafærni samanstendur af og setur upp sameiginlegt viðmið fyrir hvert það framtak sem fæst við kennslu á sviði frumkvöðlastarfs.

EntreComp-ramminn samanstendur af þremur hæfnisviðum:

1. Hugmyndir og tækifæri
2. Úrræði
3. Í framkvæmd

Hvert svið inniheldur fimm hæfniviðmið sem eru grunneiningar frumkvöðlafærni.

Aðgengilegt kennsluefni OUTPACE hefur verið hannað til að endurspegla þessi þrjú svið EntreComp: „Hugmyndir og tækifæri“, „Úrræði“ og „Í framkvæmd“ sem grunneiningar frumkvöðlafærni og getur lagt sitt af mörku til að auka Entrecomp færni í:

- Að koma auga á tækifæri
- Hugviti
- Framsýni
- Að meta tækifæri að verðleikum
- Siðferði og sjálfbærni í hugsun
- Sjálfskennd og sjálfsgeta
- Hvatning og þrautseigja
- Að virkja úrræði
- Fjármála- og efnahagslæsi
- Að virkja aðra
- Að taka frumkvæðið
- Skipulag og stjórnun
- Að takast á við óvissu, tvíræðni og áhættu
- Að vinna með öðrum
- Að læra af reynslunni

Svið	Hæfniviðmið	Ábendingar	Lýsing	
1. HUGMYNDIR OG TÆKIFÆRI	1.1 Að koma auga á tækifæri	Notaðu ímyndunaraflað og getu þína til að bera kennsl á tækifæri til að skapa verðmæti	<ul style="list-style-type: none"> Berðu kennsl á og gríptu tækifæri til að skapa verðmæti með því að kanna félagslegt, menningarlegt og efnahagslegt landslag Berðu kennsl á þarfir sem verður að uppfylla Komdu á fót nýjum tengslum og tengdu saman dreifða þætti landslagsins til að skapa tækifæri til að skapa verðmæti 	•
	1.2 Hugvit	Þróaðu skapandi og markvissar hugmyndir	<ul style="list-style-type: none"> Þróaðu nokkrar hugmyndir og tækifæri til að skapa verðmæti, þ.m.t. betri lausnir við áskorunum, nýjum jafnt sem þeim sem fyrir eru Gerðu tilraunir með frumlegar nálganir Sameinaðu þekkingu og úrræði til að ná fram verðmætum áhrifum 	•
	1.3. Framsýni	Stefndu að framtíðarsýn þinni	<ul style="list-style-type: none"> Ímyndaðu þér framtíðina Þróaðu með þér sýn til að hrinda hugmyndum í framkvæmd Ímyndaðu þér aðstæður í framtíðinni til að stýra betur framkvæmdum 	•
	1.4 Að meta hugmyndir að verðleikum	Nýttu hugmyndir og tækifæri til fullnustu	<ul style="list-style-type: none"> Ákvarðaðu hvað er verðmætt í félagslegu, menningarlegu og efnahagslegu tilliti Skynjaðu möguleikana sem hugmynd býr yfir til að skapa verðmæti og finndu viðeigandi leiðir til að nýta þér það til fullnustu 	•
	1.5 Siðferði og sjálfbærni í hugsun	Áætlaðu afleiðingar og áhrif hugmynda, tækifæra og framkvæmda	<ul style="list-style-type: none"> Áætlaðu afleiðingar hugmynda sem færa þér verðmæti og áhrif frumkvöðlastarfs á markhópinn, markaðinn, samfélagið og umhverfið Íhugaðu hversu sjálfbær félagsleg, menningarleg og efnahagsleg langtímamarkmið þín eru, sem og stefnunnar sem valin er Sýndu af þér ábyrga hegðun 	•

2. ÚRRÆÐI	2.1 Sjálfskennd og sjálfsgeta	Treystu á sjálfa/n þig og haltu þróunarstarfi áfram	<ul style="list-style-type: none"> • Íhugaðu þarfir þínar, vonir og væntingar til skemmri, miðlungs og lengri tíma • Lærðu að þekkja og meta styrkleika og veikleika bæði einstaklinga og hópsins í heild • Treystu á getu þína til að hafa áhrif á atburðarásina, þrátt fyrir óvissu, bakslög og þótt illa gangi tímabundið 	•
	2.2 Hvatning og þrautseigja	Haltu einbeitingunni og ekki gefast upp	<ul style="list-style-type: none"> • Vertu ákveðin/n í að hrinda hugmyndum í framkvæmd og fullnægðu afrekaþörf þinni • Búðu þig undir að sýna þolinmæði og haltu áfram að vinna að langtímamarkmiðum, hvort sem er einstaklings eða hópsins í heild • Ekki láta bugast undir álagi, gegn mótlæti eða þótt illa gangi tímabundið 	•
	2.3 Að virkja úrræði	Hafðu umsjón með þeim úrræðum sem þú þarfnast	<ul style="list-style-type: none"> • Finndu og hafðu umsjón með þeim hlutrænu, hugrænu og stafrænu úrræðum sem þú þarfnast til að hrinda hugmyndum í framkvæmd • Nýttu þér takmörkuð úrræði til fullnustu • Finndu og hafðu umsjón með þeirri kunnáttu sem þörf er á hverju sinni, þ.m.t. tæknilegri, lagalegri, stafrænni kunnáttu og sem snertir skattlagningu 	•
	2.4 Fjármála- og efnahagslæsi	Þróaðu með þér fjárhagslegt og efnahagslegt verksvit	<ul style="list-style-type: none"> • Áætlaðu kostnaðinn við að breyta hugmyndum í framkvæmdir sem skapa verðmæti • Skipuleggðu, framkvæmdu og ákvarðaðu gildi fjárhagslegra ákvarðana með tímanum • Hafðu umsjón með fjárhagsmálum til að vera viss um að verðmætasköpunin geti varað til langframa 	•

	2.5. Að virkja aðra	Fylltu aðra innblæstri og fáðu með þér í lið	<ul style="list-style-type: none"> Fylltu hlutaðeigandi hagsmunaaðila innblæstri Fáðu stuðninginn sem þú þarft til að ná fram verðmætum árangri Sýndu af þér virk samskipti, sannfæringarkraft, samningalipurð og forystuhæfileika 	•
3. Í FRAMKVÆMD	3.1 Að taka frumkvæðið	Láttu slag standa	<ul style="list-style-type: none"> Settu ferla í gang sem skapa verðmæti Taktu áskorunum Starfaðu sjálfstætt til að ná markmiðum þínum, haltu þig við áform þín og tæklaðu skipulögð verkefni 	•
	3.2 Skipulag og stjórnun	Forgangsraðaðu, skipuleggðu og fylgdu eftir	<ul style="list-style-type: none"> Settu þér langtíma-, millitíma- og skammtímamarkmið Skilgreindu forgangsörðun og aðgerðaráætlun Lagaðu þig að ófyrirsjáanlegum breytingum 	•
	3.3 Að takast á við óvissu, tvíræðni og áhættu	Taktu ákvarðanir sem lúta að óvissu, tvíræðni og áhættu	<ul style="list-style-type: none"> Taktu ákvarðanir þegar niðurstaða þeirrar ákvörðunar er óviss, þegar tiltækar upplýsingar eru tvíræðar eða þegar hætta er á ófyrirhugaðri útkomu Sannreyndu hugmyndir og frumgerðir á skipulegan hátt snemma í verðmætasköpunarferlinu til að minnka áhættuna á mistökum Takstu á við hraðfara aðstæður fljótt og af sveigjanleika 	•
	3.4 Að vinna með öðrum	Komdu þér upp samstarfsaðilum og tengslaneti	<ul style="list-style-type: none"> Vertu í samstarfi með öðrum til að þróa hugmyndir og hrinda þeim í framkvæmd Komdu þér upp tengslaneti Leystu ágreiningsatriði og horfstu í augu við samkeppni á jákvæðan hátt þegar þörf krefur 	•
	3.5. Að læra af reynslunni	Lærðu með því að gera	<ul style="list-style-type: none"> Nýttu hvert upplegg til verðmætasköpunar sem tækifæri til að læra Lærðu með öðrum, þ.m.t. jafningjum og leiðbeinendum Íhugaðu og lærðu af bæði velgengi og mistökum (þínum jafnt sem annarra) 	•



Tafla 1: Hugtakalíkan EntreComp

⁵ Í samhengi við EntreComp-rammann er frumkvöðlafærni álitin bæði einstaklingsbundin færni og sameiginleg færni alls hópsins.