



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

OUTPACE Instruktorių ir Pedagogų Gairės



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

**Įžvalgos ir gairės, kaip optimaliai įgyvendinti OUTPACE
projekto „Inovatyvus turizmas pasitelkiant popkultūrą“
atvirusius švietimo išteklius**

Šį projektą finansavo Europos Komisija. Už šį leidinį (komunikatą) atsako tik autorius, o Komisija neprisiima jokios atsakomybės už bet kokią jame pateiktos informacijos panaudojimą.

Turinys

1.	<i>Projektas „OUTPACE” - turizmo inovacijos per popkultūrą</i>	3
	Naudingos pagrindinės svetainės nuorodos	4
2.	<i>Apie OUTPACE atvirusius švietimo išteklius</i>	5
3.	<i>Suderinimas su EntreComp: Verslumo kompetencijų sistema</i>	7
4.	<i>Pristatymo sistema ir metodika</i>	17
	Kurso apžvalga ir etapai	17
	Pristatymas ir metodika	18
	Siūlomi kursų pristatymo modeliai	19
	Skirtingų dalyvių mokymas	21
	Pratimai ir darbas grupėse	22
5.	<i>Kurso moduliai - turinys ir pratybos</i>	23
	„PowerPoint” moduliai	23
	1 modulis - Kas yra popkultūros turizmas?	25
	2 modulis - Ko nori popkultūros turistai?	27
	3 modulis - Popkultūros turizmo patirčių ir produktų kūrimas	29
	4 modulis - Popkultūros turizmo patirčių ir produktų rinkodara	31
	5 modulis - kai kurių pagrindinių iššūkių sprendimas	33
	6 modulis - Popkultūros turizmo patirčių ir projektų palaikymas	35
	Papildomi pratimai ir šablonai	36

1. Projektas „OUTPACE” - turizmo inovacijos per popkultūrą

Popkultūrinis turizmas - tai augantis reiškiny, turintis daug galimybių ir inovacijų potencialo, leidžiantis įgyti stiprios ir tvarios turizmo patirties ir užtikrinti vietos plėtrą. Kartu su pasaulinėmis gerbėjų bendruomenėmis ir skaitmeniniu prieinamumu popkultūros turizmas gali tapti galinga ir transformuojančia pramonės priemone.

Turistams reikia kurti naują ir novatorišką patirtį. Keičiasi ne tik galimybės ir praktika dėl ilgalaikių klimato kaitos padarinių, aplinkosaugos aspektų ir tebesitęsiančios pandemijos. Be to, turistų lūkesčiai ir vartotojų elgsena nuolat kinta dėl skaitmenizacijos, pasaulinių popkultūros tendencijų, socialinės žiniasklaidos ir kitų veiksnių.

Pirmą kartą kaip profesinio rengimo ir mokymo pasiūlymas projektas „OUTPACE” - tai bendros pastangos, kuriomis siekiama remtis esamais sėkmingais pavyzdžiais popkultūrinio turizmo srityje ir parengti aukštos kokybės ir naujausius švietimo išteklius, kad įmonės ir regionai galėtų pasinaudoti esamomis ir augančiomis galimybėmis. Bendras OUTPACE tikslas - padidinti turizmo įmonių, kurios kuria naujoviškus produktus ir paslaugas, remdamosi popkultūros turizmo teikiamomis galimybėmis, skaičių ir taip sukurti labiau į rinką reaguojančią ir dinamišką regioninę turizmo ekonomiką.

Popkultūros turizmas taip pat gali padėti spręsti daugelį bendrų problemų, su kuriomis šiandien susiduria turizmo pramonė. OUTPACE kurse pateikiama ryškių pavyzdžių ir įtikinamų istorijų, padedančių kursų dalyviams nustatyti ir sukurti savo vietos ar

regiono istorijas, susijusias su popkultūra. Skaitmeninės prieigos metodai išplečia vietos patirties pasiekiamumą ir kartu užtikrina vertingus ryšius su internetinėmis gerbėjų bendruomenėmis. Vaizdinio turinio ir įtraukiančių patirčių naudojimas sustiprins turistines vietas, sudarys sąlygas aktyviai dalyvauti internete ir plėtoti veiklą, suderintą su gerbėjų bendruomenėmis.

OUTPACE - tai ES „Erasmus+” projektas, kuriame dalyvauja partneriai ir ekspertai iš Lietuvos,



Jungtinės Karalystės, Islandijos, Švedijos ir Airijos. Projekto partneriai yra „Vilnius Tech“, „Canice Consulting“, Grinvičo universitetas, Islandijos turizmo tyrimų centras, „Momentum“ ir Švedijos turizmo inovacijų centras.

Naudingos pagrindinės svetainės nuorodos

Oficiali „Outpace“ svetainė	<u>www.popculturetourism.eu/</u>
Atvirieji švietimo ištekliai - kursų moduliai	<u>www.popculturetourism.eu/open-education-resources/</u>
„Outpace“ vadovas - popkultūros turizmo vadovas	<u>www.popculturetourism.eu/resource-pack-en/</u>
„Facebook“ puslapis	<u>www.facebook.com/outpaceeu/</u>

2. Apie OUTPACE atvirojo švietimo išteklius

OUTPACE atvirojo švietimo ištekliai (AŠI) ir mokymo kursas buvo sukurti siekiant išnaudoti milžiniškas turizmo inovacijų galimybes, kurias suteikia popkultūros turizmas. Jie skirti visiems susijusiems turizmo ir gretimų pramonės šakų sektoriams ir profesijoms, įskaitant mažąsias įmones, valstybės tarnautojus, regioninius kūrėjus, studentus ir kitus su turizmu ir turizmo vietomis susijusius verslo plėtros interesus.

Kurse pateikiamos priemonės, leidžiančios aukštosios mokykloms, profesinio rengimo ir mokymo įstaigoms bei verslo paramos organizacijoms taikyti sistemingą požiūrį į besimokančiųjų mokymą kurti naujoviškus ir tvarius produktus ir paslaugas, grindžiamus popkultūros galimybėmis. Naudą gaus šios suinteresuotosios šalys: turizmo įmonės, aukštojo mokslo įstaigos, įmonių plėtros, profesinio rengimo ir mokymo organizacijos ir kitos turizmo suinteresuotosios šalys.

AKTUALŪS RESURSAI PRAMONEI, KURIAI REIKIA NAUJOVIŲ.

Nuo COVID-19 nukentėjusioms turizmo MVĮ reikia naujos energijos, idėjų ir inovacijų, kad jos galėtų atkurti ir pertvarkyti savo verslą, kad jis būtų pritaikytas ateičiai. Prieš COVID-19 visoje Europoje dėl tokių filmų, televizijos laidų ir knygų kaip „Haris Poteris“, „Sostų žaidimai“ ir „Žvaigždžių karai“ populiarumo popkultūrinis turizmas išgyveno eksponentinio augimo laikotarpį.

2020-2021 m. įstrigę namuose ir užrakinti, dauguma iš mūsų mėgavosi popkultūra (televizijos laidomis, knygomis, vaizdo žaidimais), nes tai buvo vienintelis mūsų pramogų šaltinis. Ar žinojote, kad 2020 m. „Netflix“ sulaukė net 36 mln. prenumeratorių?! Nors COVID-19 turizmo pramonei davė nedaug teigiamų rezultatų, popkultūros turizmas artimiausiais metais gali atsinaujinti ir toliau sparčiai augti.

KĄ APIMA ŠI MOKYMO PROGRAMA?

- 6 nemokami moduliai, apimantys 30 mokymosi temų
- šis turizmo instruktoriams ir švietėjams skirtas vadovas, kuris padės jums įgyvendinti šią programą įvairiomis švietimo priemonėmis, pvz., internetu, klasėje ar mišrioje aplinkoje.
- tarpusavio mokymosi įžvalgos iš popkultūros turizmo propaguotojų
- daugiau nei 50 atvejų tyrimų
- 18+ besimokančiųjų pratimai
- Lietuvos, Jungtinės Karalystės, Airijos, Islandijos ir Švedijos ekspertų įžvalgos

„OUTPACE Innovating Tourism Through Pop Culture” kursas yra nemokama, novatoriška ir lanksti mokymosi priemonė, kuri leis jums, kaip instruktoriui, aptarti ir paaiškinti popkultūros turizmo potencialą, įkvėpti naujoves pasitelkiant istorijas ir pavyzdžius bei pateikti praktinę metodiką, kaip kurti novatoriškus produktus ir paslaugas. Modulinė kursų struktūra leidžia juos koreguoti ir suteikia galimybę pritaikyti mokymą pagal aplinkos ir tikslinės grupės poreikius ir aplinkybes.

Medžiagą sudaro šeši moduliai ir 30 mokymosi temų, daugiau nei 30 popkultūros turizmo pavyzdžių, devynios praktinės užduotys (+ 10 papildomų užduočių šablonų, kurie yra šio vadovo dalis), patarimai ir gudrybės, kaip kurti naujoviškus ir tvarius produktus ir paslaugas, remiantis popkultūros galimybėmis. Kūrybiniai išteklių parengti pasitelkus kiekvienos konkrečios srities ekspertines žinias ir pateikiami įkvėpiančiu būdu.



OUTPACE atvirojo švietimo išteklių patvirtinti ir peržiūrėti ekspertų.

Penkiasdešimt penki nepriklausomi turizmo ekspertai iš visos Europos atliko bandomuosius OUTPACE atvirųjų švietimo išteklių bandymus, o kiekvienas modulis buvo peržiūrėtas mažiausiai 16 kartų. Toliau pateikiamos kai kurios svarbiausios

išvados ir pagrindiniai rodikliai':

- 96 % turizmo ekspertų teigia, kad jiems patinka arba labai patinka švietimo ištekliai
- 97 % mano, kad ištekliai yra naudingi / labai naudingi ir svarbūs / labai svarbūs
- 96 proc. rekomenduotų šiuos išteklis ir dalytųsi jais kaip mokymo ištekliais su kitais.
- 100 % sutinka, kad dėl šių išteklių jų žinios apie popkultūros turizmą pagerėjo arba labai pagerėjo.
- 100 % pedagogų planuoja dabar arba ateityje įtraukti OUTPACE kursų turinį.

Kalbant apie kokybinius atsiliepimus, ištekliai sulaukė puikių atsiliepimų:

„Gera iširti ir pateikti mokymosi ištekliai, tikrai naudinga ir vertinga nestandartinė turizmo inovacijų priemonė, kuria galiu naudotis.“ - Turizmo treneris, Airija

„Turinio įvairovė, naujos žinios ir įdomūs atvejų tyrimai. Jį lengva sekti, gerai subalansuotas teksto, nuotraukų ir vaizdo įrašų santykis (t. y. lengva pereiti visą modulį, nepersikraunant informacijos kiekiu).“ - Turizmo mokymų vadovas, Vietnamas

„Gera grafika, aiški struktūra, paprasta kalba“ - Turizmo instruktorius, Islandija

„Konkrečių atvejų analizė ir aiškus įvairių popkultūros turizmo rūšių išdėstymas man buvo puikus įvadas į naują temą.“ - Turizmo verslo patarėjas, Airija

3. OUTPACE AŠI suderinimas su EntreComp: Verslumo kompetencijų sistema

Europos piliečių ir organizacijų verslumo gebėjimų ugdymas jau daugelį metų yra vienas iš pagrindinių ES ir valstybių narių politikos tikslų. Tai vienas iš aštuonių bendrųjų visą gyvenimą trunkančio mokymosi gebėjimų. [EntreComp: Verslumo kompetencijų sistemoje](#) verslumas apibūdinamas kaip visą gyvenimą trunkanti kompetencija, nustatomi elementai, kurie daro žmogų verslų, ir sukurama standartinė nuoroda iniciatyvoms, susijusioms su verslumo mokymusi.

EntreComp sistemą sudaro 3 kompetencijų sritys:

1. Idėjos ir galimybės,
2. Ištekliai,

3. Veiksmai.

Kiekviena sritis apima penkias kompetencijas, kurios kartu sudaro verslumo kaip kompetencijos pagrindą.

Toliau pateikiamoje lentelėje pateikiama EntreComp sistema su papildomu stulpeliu, kuriame išryškinamas OUTPACE AŠI atsakas į šią sistemą ir kaip kursas, taikomas profesinio mokymo aplinkoje, gali prisidėti prie 15 Entrecomp kompetencijų tobulinimo, būtent:

- Galimybių pastebėjimas
- Kūrybiškumas
- Vizija
- Idėjų vertinimas
- Etiškas ir tvarus mąstymas
- Savimonė ir saviveiksmingumas
- Motyvacija ir atkaklumas
- Išteklių telkimas
- Finansinis ir ekonominis raštingumas
- Mobilizuoti kitus
- Iniciatyvos perėmimas
- Planavimas ir valdymas
- Susidorojimas su neapibrėžtumu, dviprasmiškumu ir rizika
- Darbas su kitais
- Mokymasis per patirtį

Sritis	Kompetencijos	Patarimai	Aprašytojai	OUTPACE AŠI atsakymas
1. IDĖJOS IR GALIMYBĖS	1.1 Galimybių pastebėjimas	Pasitelkite vaizduotę ir gebėjimus, kad nustatytumėte vertės kūrimo galimybes.	<ul style="list-style-type: none"> nustatyti ir išnaudoti galimybes kurti vertę tiriant socialinį, kultūrinį ir ekonominį kraštovaizdį. Nustatykite poreikius ir iššūkius, kuriuos reikia patenkinti. sukurti naujus ryšius ir sujungti išsklaidytus kraštovaizdžio elementus, kad atsirastų galimybių kurti vertę. 	OUTPACE mokymai didina turizmo įmonių informuotumą apie naujas ekonomines galimybes. OUTPACE supažindina verslo savininkus su popkultūros turistais - augančia tiksline rinka, turinčia specifinių poreikių ir norų. OUTPACE AŠI sujungia popkultūros, turizmo regionų ir geografinių vietovių sąsajas ir paaiškina, kaip bendradarbiaujant galima sukurti tvirtą regioninį popkultūros turizmo pasiūlymą.
	1.2 Kūrybiškumas	Kūrybiškų ir tikslingų idėjų kūrimas	<ul style="list-style-type: none"> Sukurti keletą idėjų ir galimybių kurti vertę, įskaitant geresnius esamų ir naujų iššūkių sprendimus. Tyrinėkite ir eksperimentuokite su naujoviškais metodais. Derinkite žinias ir išteklius, kad pasiektumėte vertingų rezultatų. 	AŠI supažindina su įvairiomis popkultūros turizmo rūšimis - muzikos, kino, literatūros, cosplay ir kt. AŠI yra įkvepiantys ir motyvuojantys, juose pateikiama daug novatoriškų metodų pavyzdžių. Be to, AŠI suteikia naujų žinių ir praktinių išteklių.
	1.3. Vizija	Siekite savo ateities vizijos	<ul style="list-style-type: none"> Įsivaizduokite ateitį Sukurkite viziją, kad idėjos virstų veiksmais vizualizuoti ateities scenarijus, kad būtų lengviau nukreipti pastangas ir veiksmas 	OUTPACE AŠI įkvepia ir motyvuoja esamas ar naujas turizmo įmones kurti popkultūros turizmo patirtį dabar ar ateityje. Naudodamiesi įvairiomis užduotimis ir pamokomis, AŠI padeda besimokantiejiems atskleisti popkultūros turizmo galimybes savo regione ir suteikia struktūrą, kaip idėjas paversti veiksmais. AŠI pateikiami popkultūros turizmo privalumai ir trūkumai, taip pat idėjos ir sprendimai, kurie padėjo įveikti kai kuriuos iššūkius.
	1.4 Idėjų vertinimas	Pasinaudokite idėjomis ir galimybėmis	<ul style="list-style-type: none"> spręsti, kas yra vertybė socialiniu, kultūriniu ir ekonominiu požiūriu. Atpažinti idėjos potencialą kurti vertę ir nustatyti tinkamus būdus, kaip ją įgyvendinti. 	AŠI pristatoma popkultūros turizmo vertė iš daugelio perspektyvų - vartotojo ir (arba) turisto, turizmo verslo, regioninės turizmo pasiūlos ir ekonomikos. AŠI pabrėžiama popkultūros turizmo inovacijų vertė ir

			daugiausiai iš jo	turizmo įmonių bei suinteresuotųjų šalių bendradarbiavimo nauda, siekiant iš to gauti kuo daugiau naudos.
	1.5 Etiškas ir tvarus mąstymas	Įvertinti idėjų, galimybių ir veiksmų pasekmes ir poveikį.	<ul style="list-style-type: none"> Įvertinti idėjų, teikiančių vertę, pasekmes ir verslumo veiklos poveikį tikslinei bendruomenei, rinkai, visuomenei ir aplinkai. apmąstyti, kiek tvarūs yra ilgalaikiai socialiniai, kultūriniai ir ekonominiai tikslai ir pasirinkta veiksmų kryptis. Veikite atsakingai 	OUTPACE AŠI pripažįsta, kad popkultūrinis turizmas gali būti žalingas. Jame sprendžiamos tokios problemos, kaip perteklinis turizmas, ir siūloma keletas idėjų ir sprendimų. Tvaraus popkultūros turizmo skatinimas yra AŠI tikslas. AŠI pateikiamos įžvalgos ir idėjos, kaip popkultūros turizmo organizatoriai gali tvariai ir atsakingai reaguoti į popkultūros turizmo galimybes.
2. IŠTEKLIAI	2.1 Savimonė ir saviveiksmingumas	Tikėkite savimi ir toliau tobulėkite.	<ul style="list-style-type: none"> Apmąstykite savo trumpalaikius, vidutinės trukmės ir ilgalaikius poreikius, siekius ir norus. nustatyti ir įvertinti savo individualias ir grupės stipriąsias ir silpnąsias puses. Tikėkite savo gebėjimu daryti įtaką įvykių eigai, nepaisant netikrumo, nesėkmių ir laikinų nesėkmių. 	Po COVID-19 daugelis turizmo įmonių priverstos diegti naujoves; OUTPACE skatina turizmo įmones tvariai kurti naujus dalykus, kurie duotų ilgalaikės naudos. OUTPACE AŠI atsižvelgia į tai, kad esami turizmo verslininkai (mūsų pagrindinė tikslinė grupė) inovacijoms suteikia daug žinių ir įgūdžių. Mokymosi išteklių skatina juos įvertinti tai, ką jie jau žino, ir plėtoti naujas žinias bei įžvalgas apie popkultūrinį turizmą. OUTPACE AŠI pristatomi ir pagerbiami sėkmingi popkultūros verslininkai, sukūrę naujų ir įdomių patirčių. Tarpusavio mokymasis - tai veiksminga priemonė parodyti, kaip besimokantieji gali pasiekti kažką ypatingo, nepaisant iššūkių, nesėkmių ir pan.
	2.2 Motyvacija ir atkaklumas	Išlikite susitelkę ir nepasiduokite	<ul style="list-style-type: none"> Būkite pasiryžę idėjas paversti veiksmais ir patenkinti savo poreikį siekti Būkite pasiruošę būti kantrūs ir nuolat stengtis siekti ilgalaikių individualių ar grupinių tikslų. 	Tarpusavio mokymosi pavyzdžiai įkvepia besimokančiuosius imtis papildomų veiksmų ir paversti savo popkultūros turizmo idėjas pasiekimais. Tačiau daugeliu atvejų popkultūros turizmas yra reaktyvus, o ne aktyvus. OUTPACE AŠI pristato proaktyvaus planavimo atvejį, kad popkultūros turizmas būtų kuo geriau išnaudotas. OUTPACE AŠI buvo sukurti 2020 m. per patį COVID-19 pandemijos įkarštį, kai turizmo pramonė buvo sustojusi. Jie buvo sukurti kaip galingas ir įkvepiantis



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

			<ul style="list-style-type: none">Būkite atsparūs spaudimui, sunkumams ir laikinoms nesėkmėms.	mokymosi ir inovacijų planavimo šaltinis, skatinantis ir sužadinančias turizmo įmones nesustoti ir tobulinti savo turizmo produktą ateičiai ir ateityje.
	2.3 Išteklių telkimas	Surinkite ir valdykite reikiamus išteklius	<ul style="list-style-type: none">gauti ir valdyti materialinius, nematerialinius ir skaitmeninius išteklius, reikalingus idėjoms paversti veiksmais.Geriausiai išnaudokite ribotus ištekliusGaukite ir valdykite bet kuriame etape reikalingas kompetencijas, įskaitant technines, teises, mokesčių ir skaitmenines kompetencijas.	OUTPACE AŠI pateikiama daugiau kaip 50 popkultūros turizmo atvejų, kurie kartu suteikia puikių žinių apie tai, kokių išteklių reikia norint kurti popkultūros turizmo įkvėptas įmones ir patirtis. Popkultūros turizmui dažnai reikalingi riboti išteklių, nes dauguma išteklių yra geografinės vietos, susijusios su filmais, knygomis ir pan. OUTPACE AŠI geriausiai veikia, kai naudojami kartu su skaitmeninės informacijos centrais arba mokytojais ir (arba) ekspertais, kurie gali pateikti papildomų techninių, teisinių įžvalgų ir pan.
	2.4 Finansinis ir ekonominis raštingumas	Plėtoti finansines ir ekonomines žinias.	<ul style="list-style-type: none">Apskaičiuokite idėjos pavertimo vertę kuriančia veikla sąnaudasPlanuoti, įgyvendinti ir vertinti finansinius sprendimus laikui bėgant.Valdyti finansavimą, kad mano vertę kurianti veikla būtų ilgalaikė.	OUTPACE AŠI skirtos lanksčiai įgyvendinti ir įtraukti į esamas turizmo inovacijų programas, kurios apima finansines išlaidas, planavimą ir kt. Jie yra esminė pamoka, susijusi su finansiniu ir ekonominiu raštingumu ir potencialiai pelningais, tvariais turizmo nišiais pasiūlymais.



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

	2.5. Kitų asmenų telkimas	Įkvėpkite, užkrėskite ir pritraukite kitus	<ul style="list-style-type: none"> Įkvėpti ir sudominti atitinkamas suinteresuotąsias šalis. Gaukite reikiamą paramą, kad pasiektumėte vertingų rezultatų Gebėti veiksmingai bendrauti, įtikinėti, derėtis ir vadovauti. 	Turizmo MVĮ ir verslininkai, kurie dirba kartu, kad sukurtų tvirtą vietos, regioninę ar nacionalinę paskirties vietą, turi stiprių gebėjimų sutelkti ir sužadinti kitų žmonių entuziazmą. Popkultūros turizmo propaguotojai parduoda ne tik turizmo produktus ir pasiūlymus, bet ir svajones. Galimybė kitiems šiek tiek priartėti prie mėgstamos knygos, dainos, filmo ir t. t. Norėdami parduoti svajones, popkultūros turizmo propaguotojai turi gebėti įkvėpti ir sužavėti kitus. OUTPACE AŠI yra motyvuojantys ir įkvepiantys, skirti kūrybiškumui, idėjoms ir naujoms aistroms išlaisvinti.
3. VEIKSMAI	3.1 Iniciatyvos perėmimas	Imkitės to	<ul style="list-style-type: none"> Inicijuokite vertės kūrimo procesus Priimkite iššūkius Veikite ir dirbkite savarankiškai, kad pasiektumėte tikslus, laikykitės ketinimai ir suplanuotų užduočių vykdymas. 	Įkvėpimo ir motyvacijos suteikiančiose OUTPACE AŠI taip pat yra praktinių užduočių ir veiklos, padedančių turizmo 'MVĮ' ir verslininkams planuoti ir imtis veiksmų. Veiklas galima atlikti savarankiškai arba grupėse.
	3.2 Planavimas ir valdymas	Nustatykite prioritetus, organizuokite ir vykdykite tolesnius veiksmus	<ul style="list-style-type: none"> Nustatykite ilgalaikius, vidutinės trukmės ir trumpalaikius tikslus Nustatyti prioritetus ir veiksmų planus Prisitaikyti prie nenumatytų pokyčių 	OUTPACE AŠI pateikia įžvalgų apie įvairius/populiarius popkultūros turizmo produktus ir patirtis. Priklausomai nuo pradinio turizmo organizatorių' siūlomo produkto, gali prireikti tik pakoreguoti pasiūlymą, kad jis taptų popkultūros turizmo produktu ir (arba) patirtimi. OUTPACE AŠI veikia ir užduotys padės besimokantiejiems nustatyti galimybes, planuoti ir parduoti turizmo produktą. Jie taip pat suteikia pagrindą planuoti ilgalaikius tikslus, pavyzdžiui, tvarumą.
	3.3 Susidorojimas su neapibrėžtumu,	priimti sprendimus, susijusius su neapibrėžtumu, dviprasmybe	<ul style="list-style-type: none"> priimti sprendimus, kai sprendimo rezultatas yra neaiškus, kai turima informacija yra dalinė ar dviprasmiška arba kai yra nenumatytų pasekmių rizika. Į vertės kūrimo procesą įtraukite struktūruotus idėjų ir prototipų testavimo būdus nuo ankstyvųjų 	Daugelyje OUTPACE AŠI pavyzdžių yra taupųjų inovacijų elementų. Lieknosios inovacijos - tai verslo modelis, pagal kurį iteratyviai dirbant sumažinama rizika ir padidinama vertė klientams. Popkultūrinis turizmas iki šiol daugiausia buvo reaktyvus, t. y. turizmo produktai ir (arba) patirtys buvo kuriami ir plėtojami po to, kai kas nors tapo virusu ir (arba) išpopuliarėjo.



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

	dviprasmiškumu ir rizika	ir rizika.	<p>etapų, kad sumažintumėte nesėkmės riziką.</p> <ul style="list-style-type: none"> greitai ir lanksčiai spręsti greitai kintančias situacijas 	OUTPACE AŠI skirtos padėti verslininkams tapti aktyviais ir anksti pastebėti popkultūros turizmo galimybes. OUTPACE AŠI siekiama padėti verslininkams greitai ir lanksčiai spręsti greitai besikeičiančias situacijas, kad jie maksimaliai išnaudotų ekonominį potencialą, BET tvariai ir atsakingai.
	3.4 Darbas su kitais	Susiburkite į komandą, bendradarbiaukite ir kurkite tinklą	<ul style="list-style-type: none"> Dirbti kartu ir bendradarbiauti su kitais, kad galėtumėte plėtoti idėjas ir paversti jas veiksmais. Tinklas Spręskite konfliktus ir, jei reikia, pozityviai reaguokite į konkurenciją. 	Konsorciumo OUTPACE tirti ir apklausti popkultūros turizmo paslaugų teikėjai patvirtino, kad reikia užmegzti ryšius su kitais, ypač kuriant kažką nišinio ir naujo. AŠI pateikiama daug bendradarbiavimo atvejų, o veikla ir (arba) pratybos jį skatina. Siekiant palengvinti tolesnį bendradarbiavimą ir tinklaveiką, primygtinai rekomenduojame AŠI rengti grupėse, asmeniškai arba internetu.
	3.5. Mokymasis per patirtį	Mokykitės darydami	<ul style="list-style-type: none"> Naudokite bet kokią vertės kūrimo iniciatyvą kaip mokymosi galimybę Mokykitės kartu su kitais, įskaitant kolegas ir mentorius. Apmąstykite ir mokykitės iš sėkmės ir nesėkmės. (savo ir kitų žmonių) 	OUTPACE AŠI skirtos esamoms turizmo 'MVĮ, taip pat potencialiems verslininkams ir studentams. Pats būdamas turizmo mokytojas ir suinteresuotoji šalis, OUTPACE konsorciumas pripažįsta, kad besimokantieji turi patirties, žinių ir įgūdžių. Nesistengiame jų išmokyti visko, kas susiję su turizmo verslu; vietoj to siekiame juos išmokyti apie popkultūros turizmo potencialą ir nestandartinio mąstymo svarbą, kai kalbama apie turizmo naujoves. Praktinės užduotys ir veikla, siūlomi pristatymo būdai yra sukurti taip, kad būtų sudarytos plačios galimybės mokytis praktiškai ir gilintis į projekto temą.

Lentelė1 : EntreComp koncepcinis modelis. EntreComp koncepcijos kontekste verslumo kompetencija laikoma tiek individualiu, tiek kolektyviniu gebėjimu.

4. Pristatymo sistema ir metodika

Šiame „Outpace“ instruktorių vadove instruktoriams, mokytojams, dėstytojams ir kursų vadovams pateikiama apžvalga ir rekomendacijos, kaip naudingiausiai naudoti OUTPACE atvirojo švietimo kursą. Jame papildoma kurso medžiaga ir ištekliai, pateikiamas paprastas mokymosi procesas ir praktinės priemonės, skirtos kursui vesti.

Šiame skyriuje aptariama, kaip naudoti medžiagą ir diegti kursą įvairiose aplinkose.

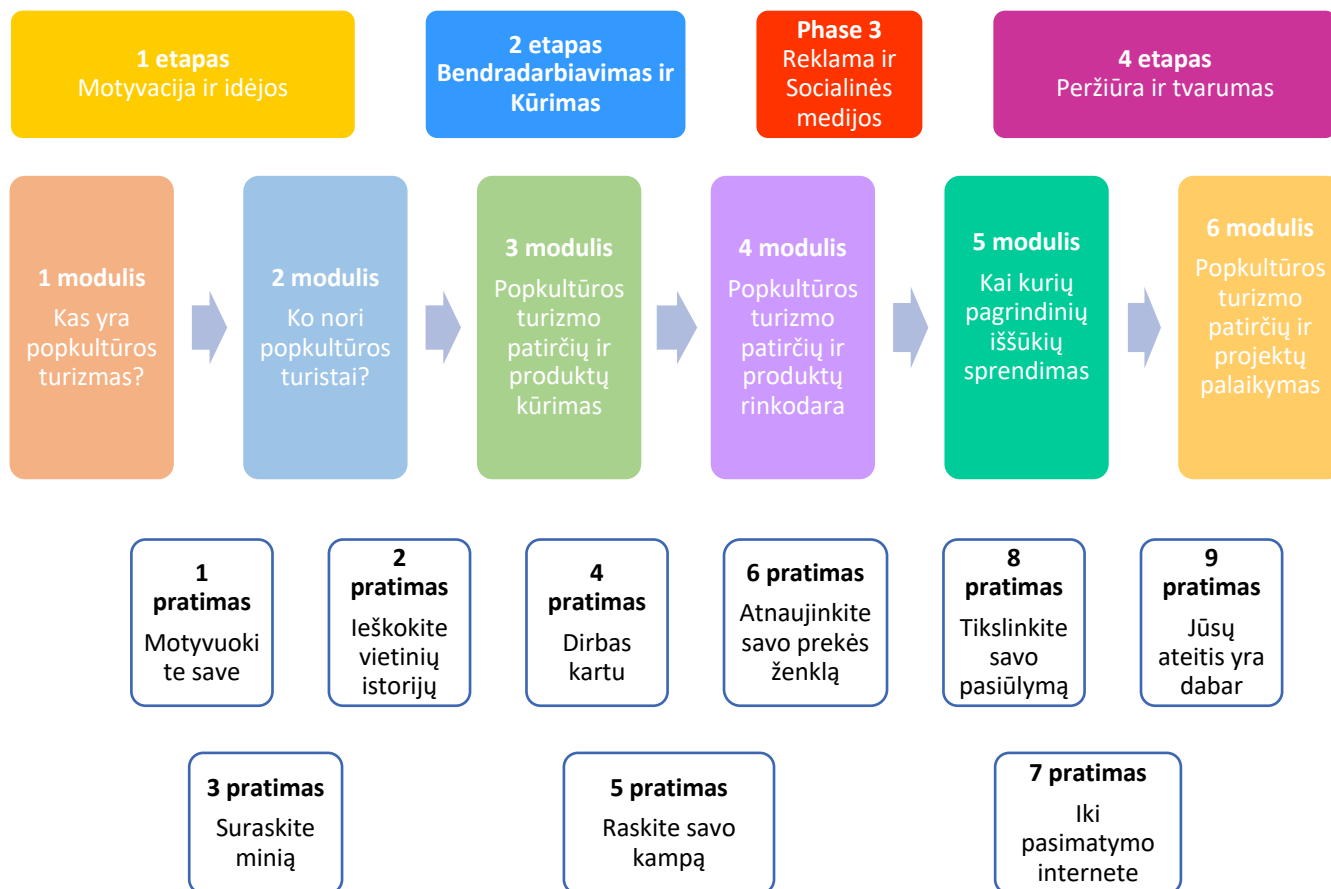
Kurso apžvalga ir etapai

Pagrindinė kurso medžiaga - šeši moduliai su PowerPoint'ais, kuriuose pateikiama visa reikalinga informacija apie popkultūros turizmą. Prie modulių prijungtos devynios papildomos užduotys, leidžiančios dalyviams pritaikyti medžiagą savo verslui ir (arba) regionui. Kiekvienai užduočiai pateikiamas „Word“ šablonas ir ji pateikiama kartu su šiuo vadovu mokytojams.

Moduliai ir pratybos kartu sudaro keturis etapus, kurie apibendrina kurso turinį ir tikslą.

1 etapas	Motyvacija ir Idėjos	<ul style="list-style-type: none"> • Apibrėžimai ir pagrindimas. • Popkultūros turizmo motyvacijos ir argumentų paieška. • Ieškokite vietinių galimybių. • Tikslinių grupių ir paskatų analizė.
2 etapas	Bendradarbiavimas ir Kūrimas	<ul style="list-style-type: none"> • Bendradarbiavimas ir partnerystė. • Popkultūrinio turizmo patirties kūrimas ir komercinio pritaikymo galimybių tyrimas. • Verslo galimybės ir pridėtinė vertė.
3 etapas	Reklama ir Socialinės medijos	<ul style="list-style-type: none"> • Prekės ženklo kūrimas ir rinkodara. • Popkultūros turistų motyvai. • Socialinės žiniasklaidos naudojimas siekiant užmegzti ryšį su internetinėmis fandų bendruomenėmis.
4 etapas	Peržiūra & Tvarumas	<ul style="list-style-type: none"> • Iššūkiai ir galimi sprendimai bei koncepcijos planuojant popkultūros turizmo pasiūlymą. • Tvarus turizmas, augimo strategijos ir bendruomenių turizmas.

OUTPACE kurso apžvalgą galite peržiūrėti mūsų procedūrų schemeje:



Pristatymas ir metodika

OUTPACE kurse gausu vaizdinių pavyzdžių ir sėkmingos praktikos pavyzdžių, iš kurių galima pasimokyti ir pasisemti įkvėpimo. Be to, juose parodomos galimybės ir plečiamas bei gilinamas dalyvių supratimas apie tai, kas yra ir gali būti popkultūros turizmas.

Vienas svarbiausių jūsų, kaip mokymų vadovo, vaidmenų - padėti dalyviams pritaikyti visas šias žinias savo aplinkoje. Šiame procese pratybos yra jūsų pagrindinės priemonės. Pratybų šablonuose pateikiamos instrukcijos ir klausimai, kurie padės jums pereiti nuo bendrųjų išvadų prie praktinio pritaikymo ir konkrečių rezultatų, aiškiai progresuojant viso kurso metu.

Modulinės „PowerPoint“ prezentacijos yra pagrindiniai žinių perdavimo ir įkvėpiančio mokymosi įrankiai. Dalyviai gali susieti su žinomais pavyzdžiais ir įsisavinti pagrindinį supratimą apie –popkultūrinį turizmą kaip reiškinį. Tačiau ne mažiau svarbu ir tai, kad ši medžiaga dalyvių galvose užkurs novatorišką mąstymą ir kūrybinius procesus.

Labai svarbi OUTPACE kurso dalis yra idėjų kūrimas - veikla arba situacija, kurioje daugiausia dėmesio skiriama kūrybos procesui. Tai labai svarbi pirmojo etapo dalis, tačiau kartu tai reikia turėti omenyje per visą kurso trukmę. Šiame kontekste ideavimas reiškia laisvą ir novatorišką mąstymą bei atvirą požiūrį. Tai leidžia dalyviams įžvelgti naujas galimybes ir inovacijas, remiantis esamais darbais, ir pereiti nuo idėjų ir koncepcijų prie kūrimo ir įgyvendinimo.

Kurso medžiagos pateikimas skirtingose aplinkose labai priklauso nuo konteksto ir daugelio kintamųjų. Pavyzdžiui, kas yra dalyviai, kokioms organizacijoms jie atstovauja, kiek jiems metų, kiek laiko jie dirba turizmo pramonėje, ar jie fiziškai dalyvauja, ar dirba internetu ir pan.

Apskritai siūlome taikyti tą pačią metodiką, kai mokomasi neprisijungus prie interneto ir internetu. Žinoma, yra aplinkybių, kai nuolatinis fizinis buvimas šiame kurse yra vertingas ir rekomenduotinas. Tačiau mokymas internetu taip pat turi privalumų.

Fiziniame seminare ar klasėje sąveika gali būti dinamiškesnė, betarpiškesnė ir lanksčiau prisitaikyti prie situacijos. Todėl darbo grupės galima lengviau keisti, greičiau užčiuopti naujas perspektyvas ir efektyviau skleisti idėjas grupėje.

Mokymasis internetu arba nuotolinis mokymasis gali suvienyti žmones iš toli ir arti, o tai gali paskatinti prasmingus ir netikėtus mainus. Dalijimasis patirtimi ir idėjomis yra neatsiejama kurso dalis, o skaitmeninės priemonės gali padidinti mūsų galimybes gauti naujų duomenų.

Bendrosios rekomendacijos:

- pakartotinės diskusijos grupėse su besikeičiančiomis grupėmis, kad būtų galima gyvai keisti informacija.
- skirti laiko tarp užsiėmimų, kad galėtumėte namuose atlikti įvairias pratybas užduotis.
- pasitelkti išorės asmenis, susijusius su vietoje, kad nebūtų praleistos progos.
- naudoti dideles projekcijas, kad būtų galima visapusiškai išnaudoti medžiagoje esančias nuotraukas, vaizdo įrašus ir kitas vaizdines priemones.
- laikytis modulių eiliškumo, bet prireikus juos pritaikyti.

Siūlomi kursų pristatymo modeliai

Kiekvieną modulį sudaro „PowerPoint“ pristatymas ta tema, papildomų išteklių, pratimų ir atvejo analizės. Todėl vedant kursą rekomenduojame prieš pradedant skaityti ir peržiūrėti medžiagą ir, kiek įmanoma, laikytis siūlomos modulių eilės tvarkos.

Šiuose modeliuose pateikiami mokymo organizavimo pavyzdžiai - pritaikykite juos taip, kaip jums atrodo reikalinga jūsų kontekste. Jie grindžiami dviem skirtingais laikotarpiais: 2 savaitių intensyvus kursas su užsiėmimais kiekvieną dieną ir 6 savaitių kursas su 1-2 užsiėmimais per savaitę. Pirmasis kursas gali vykti klasėje, o antrasis - internetu.

2 savaitių trukmės intensyvus kursas klasėje

Aprašyta, kad kursas rengiamas klasėje, tačiau gali būti pritaikytas darbo vietoje, vietinėje mokymo aplinkoje arba internetu.

Planuojama, kad trumpas intensyvus kursas vyks kasdien dešimt dienų. Kasdieniai 5 valandų trukmės mokymai per dieną suskirstyti į dvigubas sesijas po 2x2 valandas su ilga pertrauka tarp vienos valandos. Pavyzdžiui, vieną sesiją galite turėti ryte, o kitą - po pietų.

Pirmąjį dienos užsiėmimą sudaro paskaita apie „PowerPoint“ modulį, o antrąjį - darbas grupėse supratybų šablonu. Taigi, kai vienas modulis „PowerPoint“ apima dvi dienas, paskaitos gali apimti pusę „PowerPoint“ kiekvieną iš šių dienų.

	Pirmadienis	Antradienis	Trečiadienis	Ketvirtadienis	Penktadienis
<i>1 savaitė</i>	1 klasė 1 modulis 1 pratimas	2 klasė 2 modulis 2 pratimas	3 klasė 2 modulis 3 pratimas	4 klasė 3 modulis 4 pratimas	5 klasė 3 modulis 5 pratimas
<i>2 savaitė</i>	6 klasė 4 modulis 6 pratimas	7 klasė 4 modulis 7 pratimas	8 klasė 5 modulis 8 pratimas	9 klasė 6 modulis 9 pratimas	10 klasė Apibendrinimas ir ateitis

Treneris turėtų būti lektorius, seminaro vadovas ir mentorius dalyviams individualaus ar grupinio darbo metu ir tarp sesijų.

Viename kurse gali dalyvauti apie 15-20 dalyvių, priklausomai nuo jų sudėties (daugiau informacijos rasite žemiau esančiame skyriuje "Pratimai ir darbas grupėse").

Dalyviai gali studijuoti spausdintą arba skaitmeninę "PowerPoint" medžiagą tarp sesijų ir dirbti su grupinėmis užduotimis.

Praėjus maždaug dviem mėnesiams, su visais dalyviais rengiami tolesni 2-4 valandų trukmės užsiėmimai, priklausomai nuo dalyvių skaičiaus. Jų metu grupės arba pavieniai asmenys pristato, ką nuveikė po kursų, ir dalijasi savo patirtimi.

6 savaitių neakivaizdinis internetinis kursas

Kursas aprašomas kaip internetinis, tačiau jį galima pritaikyti klasėje, darbo vietoje arba vietinėje viešojoje mokymo įstaigoje.

Planuojama, kad ne visą darbo dieną truncančiame internetiniame kurse mokymai vyks 1-2 kartus per savaitę šešias savaites. Kiekviena savaitė - tai 1 kurso modulis, prie kurio pridedamos 1-2 pratybos. Mokymų dienomis vyksta dvigubas 2x2 valandų trukmės užsiėmimas su pertrauka tarp jų. Pavyzdžiui, užsiėmimai gali vykti vakare.

Pirmąjį dienos užsiėmimą sudaro paskaita apie "PowerPoint" modulį, o antrąjį - darbas grupėse su pratybų šablonu. Taigi savaitėmis, kai yra dvi mokymo dienos, paskaitos gali apimti pusę „PowerPoint“ kiekvieną dieną.

	Pirmadienis	Antradienis	Trečiadienis	Ketvirtadienis	Penktadienis
1 savaitė		1 klasė 1 modulis 1 pratimas			
2 savaitė		2 klasė 2 modulis 2 pratimas		3 klasė 2 modulis 3 pratimas	
Savaitė 3		4 klasė 3 modulis 4 pratimas		5 klasė 3 modulis 5 pratimas	
Savaitė 4		6 klasė 4 modulis 6 pratimas		7 klasė 4 modulis 7 pratimas	
Savaitė 5		8 klasė 5 modulis 8 pratimas			
Savaitė 6		9 klasė 6 modulis 9 pratimas		10 klasė Apibendrinimas ir ateitis	

Treneris turėtų būti lektorius, seminaro vadovas ir mentorius dalyviams individualaus ar grupinio darbo metu ir tarp sesijų.

Viename kurse gali dalyvauti apie 15-20 dalyvių, priklausomai nuo jų sudėties (daugiau informacijos rasite žemiau esančiame skyriuje "Pratimai ir darbas grupėse").

Dalyviai gali studijuoti spausdintą arba skaitmeninę "PowerPoint" medžiagą tarp sesijų ir dirbti su grupinėmis užduotimis.

Maždaug po dviejų mėnesių su visais dalyviais rengiami 2-4 valandų trukmės kontroliniai užsiėmimai, priklausomai nuo dalyvių skaičiaus. Jų metu grupės arba pavieniai asmenys pristato, ką nuveikė po kursų, ir dalijasi savo patirtimi.

Skirtingų dalyvių mokymas

Šis kursas skirtas visiems turizmo ir gretimų pramonės šakų sektoriams ir profesijoms. Tai verslininkai, valstybės tarnautojai, regionų ir verslo kūrėjai bei studentai. Be to, daugeliui

bus naudingi popkultūros turizmo plėtros mokymai, įskaitant mažas turizmo ir paslaugų įmones, švietimo įstaigas, prekybos organizacijas, regionines valdžios institucijas ir vietas bendruomenes. Skirtingi dalyviai turi skirtingą patirtį, įgūdžius ir lūkesčius, todėl jiems gali prireikti šiek tiek skirtingų mokymo metodų. Dėl vietos poreikių taip pat gali tekti pritaikyti mokymus pagal šias konkrečias aplinkybes.

Planuojant mokymus reikia atsižvelgti į skirtingą dalyvių patirtį. Kas juos sieja ir kas juos skiria? Žinoma, labai svarbus jų išsilavinimas, profesija ir organizacija. Tačiau galbūt dar svarbiau yra jų dabartinis profesinis vaidmuo ir mąstysena.

Esami kelionių organizatoriai ir įmonės, norintys pradėti dirbti su popkultūros turizmu, yra svarbi grupė. Šie specialistai yra patyrę ir žino, kaip apskritai tvarkyti ir plėtoti savo verslą. Jiems prireiks papildomo dėmesio popkultūros tendencijoms ir galimybėms, jie gali gilintis į specifiką ir techninius dalykus. Paprastai galite tikėtis, kad jie greitai pereis kursą ir greitai įsisavins medžiagą bei pritaikys ją savo galimybėms ir poreikiams.

Turizmo MVĮ ir verslininkams gali būti naudinga gerai apibrėžta ir fiziškai nenutrūkstama klasių aplinka. Tai suteikia galimybę dinamiškai keistis idėjomis ir patirtimi bei palengvina naujovių diegimą. Tai dar svarbiau geografiniu požiūriu homogeniškoje grupėje iš to paties regiono ar vietovės, kuri gali daug laimėti skatindama bendradarbiavimą ir būsimą sinergiją.

Valstybės pareigūnai ir regioniniai turizmo pramonės kūrėjai yra kiti pagrindiniai kursų dalyviai. Pagrindinis turinys, įskaitant pratybas, šiems dalyviams ir įmonėms tinka panašiai, nors kai kurie poreikiai skiriasi. Nors verslininkai gali nuoširdžiai domėtis savo bendruomene ir vietine aplinka, tačiau valstybės atstovams tai yra pirmas ir svarbiausias prioritetas. Valstybės pareigūnai turi konkrečių rūpesčių ir galimybių, kurių šaknys glūdi vietos ir (arba) regiono reikaluose ir kurie tarnauja bendram labui.

Tvarumas yra vienas iš tokių rūpesčių ir vienas iš klausimų, kurį reikia pabrėžti. Poveikiui vietos aplinkai turi būti skiriama pakankamai laiko aptarti, taip pat turi būti įtrauktos vietos bendruomenės ir gyventojai. Tuo pačiu metu visuomenės atstovai gali pateikti vietos perspektyvą, kuri gali būti labai naudinga kuriant naujas turizmo patirtis. Žinios apie vietos aplinką ir istoriją yra labai svarbios ieškant naujų galimybių.

Mišri kursų dalyvių patirtis gali būti labai produktyvi. Pavyzdžiui, verslininkai, dirbantys kartu su vietos valdžios pareigūnais, kad išvystytų vietovę ar paskirties vietą, turi skirtingas perspektyvas ir kompetencijas, todėl šioje patirties ir profesijų kryžkelėje galima aptarti daugybę klausimų ir iškelti idėjų.

Siūlome aktyviai burti grupes, kad kursas būtų kuo naudingesnis, atsižvelgiant į jų sudėtį ir vietos kontekstą. Venkite konkuruojančių įmonių ir įtraukite papildomo tipo organizacijas.

Pratimai ir darbas grupėse

Čia trumpai paaiškinta bendra pratimų (1-9) struktūra.

Užduotys skirtos išmokti kurso temas ir temas, kartu pritaikant jas savo verslui ir regionui. Tikslas - sukurti pop savo kultūrinio turizmo patirtį, turint aiškią eigą, einančią per visą kurso apimtį ir apimančią kai kurias pagrindines modulių mokymosi temas. Grupinio darbo rezultatas bus preliminarus projektas, kaip išnaudoti popkultūrinio turizmo galimybes po kurso.

Pratimai skirti darbui grupėse, kuriose dirba maždaug 2-4 asmenys. Grupės turėtų būti tęstinės viso kurso metu, t. y. visuose pratimuose turėtų dalyvauti tie patys grupės nariai, nes su popkultūros turizmo plėtra dirbsite kartu. Į tai reikėtų atsižvelgti renkantis grupes. Pratybas taip pat galite atlikti individualiai, jei to reikia ir yra tinkama bei patvirtinta jūsų, kaip instruktoriaus.

Taip pat pageidautina grupes maišyti, kad būtų galima rasti naujų idėjų ir naujų požiūrių. Kai reikia, tai galima padaryti kurso metu, o į mokymo struktūrą reikėtų įtraukti grupės narių keitimą. Be to, nepamirškite leisti dalyviams tęsti darbą su pratimais tarp užsiėmimų, jei jiems to reikia ir jie to nori.

5. Kurso moduliai - turinys ir pratybos

„PowerPoint“ moduliai

Kiekvieną OUTPACE modulį sudaro pagrindinis „PowerPoint“ temos šaltinis su pavyzdžiais, PDF / interneto nuorodomis / vaizdo įrašais ir papildomų išteklių, užduočių ir pratimų rinkinys. Kursą sudaro šeši moduliai. Kiekvienas modulis suskirstytas į penkias mokymosi temas.

Pateikiama daug popkultūros turizmo pavyzdžių, įkvepiančių pavyzdžių, sėkmės istorijų ir praktinių patarimų. Tarp jų persipina naudingi faktai, patarimai, vaizdo įrašai ir kitos įdomybės, įskaitant statistinius duomenis ir faktus, pagrindžiančius skatinimą ir parodančius, kaip popkultūros turizmas yra galinga vystymosi ir naujovių diegimo priemonė.

Pagrindinė ir nuolat pasikartojanti tema - kaip galima pasinaudoti įvairiais popkultūros turizmo aspektais, perspektyvomis ir metodais, kad jūsų verslas ar regionas augtų.

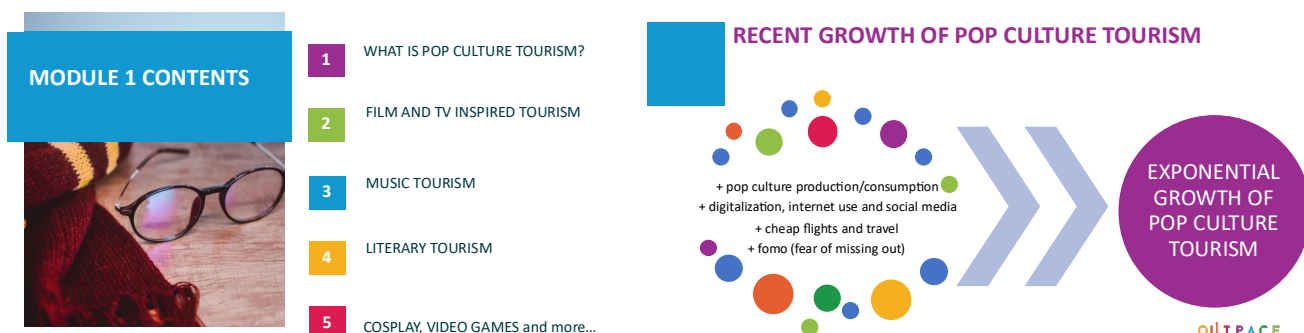
Kiekvieno modulio pabaigoje pateikiamos nuorodos į atitinkamus pagrindinius šaltinius ir šaltinius, kuriuos galima skaityti toliau, pvz., naujienų straipsnius, knygas ir kt.

Toliau pateikiami modulių pavadinimai ir kiekvieno modulio bei jo turinio apžvalga.

Pirmiausia - lengvas modulių suskirstymas:

1 modulis	Kas yra popkultūros turizmas?	Pirmiausia sužinosite, kas yra popkultūros turizmas ir kaip jį galima panaudoti savo verslui plėtoti.
2 modulis	Ko nori popkultūros turistai?	Dabar laikas sužinoti, ko nori popkultūros turistai?!
3 modulis	Popkultūros turizmo patirčių ir produktų kūrimas	Laikas pagalvoti apie savo popkultūros turizmo patirties ar produkto kūrimą.
4 modulis	Popkultūros turizmo patirčių ir produktų rinkodara	Kaip ketinate sudominti žmones savo popkultūros turizmo patirtimi ar produktu? Laikas pagalvoti apie rinkodarą!
5 modulis	Kai kurių pagrindinių iššūkių sprendimas	Visas kelias lengvas nebus, teks įveikti tam tikrus iššūkius!
6 modulis	Popkultūros turizmo patirčių ir projektų palaikymas	Nuėjote ilgą kelią, bet dar turite nueiti tam tikrą atstumą; laikas pasėti strateginio planavimo ir tvarios plėtros sėklas.

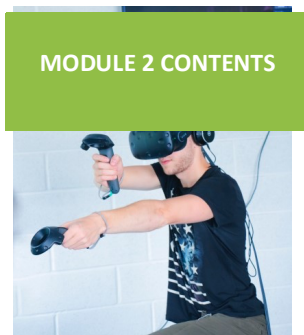
1 modulis - Kas yra popkultūros turizmas?



1 modulis	Kas yra popkultūros turizmas?
Apžvalga	<p>Pirmajame modulyje aiškinami popkultūros turizmo pagrindai ir didžiulės jo galimybės. Tada pristatomi įvairūs popkultūros žanrai, skatinantys turizmą, pavyzdžiui, filmai, televizija, muzika, literatūra ir vaizdo žaidimai.</p> <p>Modulyje pateikiami įvairūs gerai žinomi ir šiuolaikiniai popkultūros turizmo pavyzdžiai kiekvienoje kategorijoje ir iš skirtingų šalių.</p> <p>Naudingi faktai ir informatyvūs vaizdo įrašai paaiškina, kodėl ir kaip popkultūros turizmas iš tiesų yra galinga vystymosi priemonė.</p>
1 modulio turinys - Mokymosi temos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kas yra popkultūros turizmas? 2. Filmų ir televizijos įkvėptas turizmas 3. Muzikinis turizmas 4. Literatūrinis turizmas 5. Kostiumų žaidimas, vaizdo žaidimai ir dar daugiau
Mokymosi tikslai	<p>Šio modulio pabaigoje galėsite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suprasti popkultūros turizmo pobūdį ir naudą. • Įkvėpimo ir rekomendacijų semkitės iš įvairių sėkmingų pavyzdžių. • Paaiškinti būdingą inovacinę galią ir motyvuoti kitus.
Pavyzdžių sąrašas	<p>Čia pateikiamas šiame modulyje pateiktų pavyzdžių ir vaizdinio turinio sąrašas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Haris Poteris“ • „Sostų žaidimai“ • „Muzikos garsai“ • „Žvaigždžių karai“ • „Beatles“

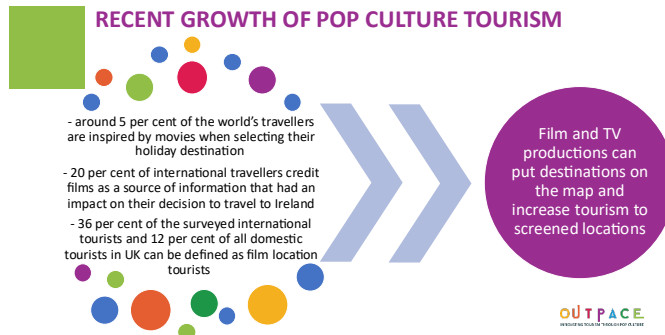
	<ul style="list-style-type: none"> • Justinas Bieberis • „Drakula“ • Kostiumų žaidimas • „Assassins' Creed“
Pratimai ir veikla	<p>1 pratimas: motyvuokite save</p> <p>Pradedame įsisavinti naujas žinias ir perspektyvas, ieškodami ir tikrindami argumentus dėl popkultūros turizmo naudojimo jūsų versle ir (arba) regione. Koks yra jūsų vietinis pagrindimas?</p> <p>Susiskirstę į grupes po tris, pabandykite vienas kitą įtikinti, kodėl šiandien turėtumėte pradėti dirbti su popkultūros turizmu. Vienas argumentuoja, kitas užduoda klausimus, o trečias klausosi ir komentuoja. Atlikite tai tris kartus ir paeiliui išbandykite visus vaidmenis. Būtinai suteikite vienas kitam grįžtamąjį ryšį.</p> <p>Kai kurie aspektai, į kuriuos reikėtų atsižvelgti, yra žodžių pasirinkimas, vietinės nuorodos ir galimybės bei sąsajos su dabartinėmis tendencijomis.</p> <p>Užduoties pabaigoje jūsų grupė turėtų susitarti dėl dviejų ar trijų pagrindinių argumentų ir dėl to, kaip juos aiškiai išreikšti.</p>

2 modulis - Ko nori popkultūros turistai?



MODULE 2 CONTENTS

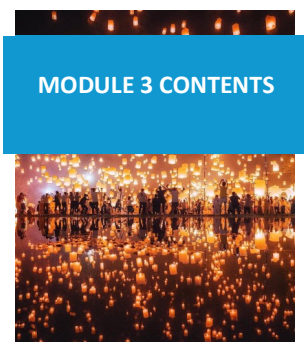
- 1 WHO ARE POP CULTURE TOURISTS AND WHAT DO THEY WANT?
- 2 LOCATION TOURISM
- 3 IMMERSIVE/ACTIVE EXPERIENCES
- 4 EMOTIONAL ESCAPES
- 5 FANDOM CONNECTIONS



2 Modulis	Ko nori popkultūros turistai?
Apžvalga	<p>Šiame modulyje gilinamės į popkultūros turistų poreikius, lūkesčius ir pageidavimus. Kas juos motyvuoja?</p> <p>Remdamiesi pavyzdžiais ir statistiniais duomenimis, nagrinėjame turistų aistras, vietas, emocinę ir svaiginančią patirtį, gerbėjų lojalumą ir kitus veiksnius, dėl kurių turistai gali keliauti toliau ir išleisti daugiau.</p> <p>Keturiuose atvejų tyrimuose aptariamos turizmo vietovių plėtros ir bendradarbiavimo su kūrybinėmis industrijomis (pvz., kino pramone) temos. Taip pat nagrinėjama, kaip skaitmeninė ir įtraukianti medija (pvz., VR ir AR) gali padėti įveikti atstumus ir suteikti galimybę patirti įsimintinų įspūdžių.</p>
2 Modulo turinys - Mokymosi temos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kas yra popkultūros turistai ir ko jie nori? 2. Vietovės turizmas 3. Įtraukianti ir (arba) aktyvi patirtis 4. Emociniai pabėgimai 5. Gerbėjų ryšiai
Mokymosi tikslai	<p>Šio modulio pabaigoje galėsite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suprasti skirtingas tikslines grupes ir jų motyvaciją • Nustatykite veiksnius ir paskatas, skatinančias popkultūros turizmą. • Ieškoti ryšių tarp vietos galimybių ir gerbėjų bendruomenių • Plėtoti savo paskirties vietą bendradarbiaujant su kūrybinių industrijų atstovais • Darbas su skaitmenine, internetine ir įtraukiąja medija siekiant pagerinti patirtį.

<p>Pavyzdžių sąrašas</p>	<p>Čia pateikiamas šiame modulyje pateiktų pavyzdžių ir vaizdinio turinio sąrašas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekskursija po Černobylį • Karibų jūros piratai • Haris Poteris • Padingtonas • Džeimsas Bondas • Krokodilas Dandis • Breaking Bad • ABBA • Holivudo • Britų muziejus • L'Atelier des Lumières • Marvel komiksai
<p>Pratimai ir veikla</p>	<p>2 Pratimas: Surinkite vietos istorijas</p> <p>Tai susiję su jūsų buvimo vieta ir vietinių svetainių pasiūlos tyrinėjimu. Kokie yra jūsų privalumai ir ištekliai ir kaip galite tai susieti su popkultūros nuorodomis?</p> <p>Laisvai pagalvokite ir apžvelkite savo regiono vietos istoriją, kultūrines tradicijas ir popkultūros užuominas. Pradėkite nuo to, ką turite, ir dirbkite iš apačios į viršų, necenzūruodami - visos užuominos, asociacijos ir detalės gali būti naudingos. Pasinaudokite savo aistromis, interesais ir popkultūros favoritais, būkite kūrybingi ir sekite savo idėjomis.</p> <p>Taip pat galite virtualiai pasivaikščioti po savo vietovę. Naudokitės „Google“, „Google Maps“ arba „Google Earth“ ir tyrinėkite savo vietovės apylinkes.</p>
<p>Pratimai ir veikla</p>	<p>3 Pratimas: Suraskite minią</p> <p>Popkultūros turistų motyvacija tapatintis su kultūros bruožais, pavyzdžiui, istorija, personažu, aktoriumi, vieta ar fantazija, yra didelė. Čia praktiškai išmoksite ieškoti naujų tikslinių grupių pagal istorijas, aistras, vietas ir bendruomenes sienų neturinčiame ir pasauliniame fone.</p> <p>Remdamiesi ankstesnėmis užduotimis apie vietos istorijas ir tai, kuo galite remtis, paklauskite savęs, su kokiais potencialių turistų motyvais galite užmegzti ryšį?</p> <p>Nepamirškite, kad jūsų galimo įsisavinimo arena yra visas pasaulis!</p>

3 modulis - Popkultūros turizmo patirčių ir produktų kūrimas



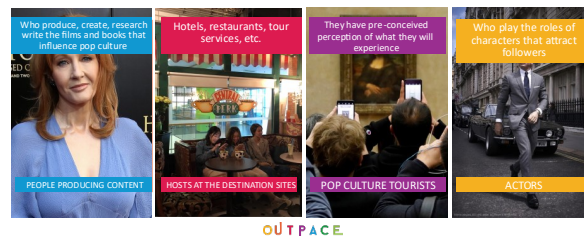
MODULE 3 CONTENTS

- 1 WHAT YOU NEED TO BE A POP CULTURE TOURISM PROMOTER?
- 2 POP CULTURE TOURISM OPPORTUNITIES IN YOUR REGION AND MORE
- 3 SHORT STAY POP CULTURE TOURISM EXPERIENCES
- 4 LONG STAY POP CULTURE TOURISM EXPERIENCES
- 5 OTHER POP CULTURE TOURISM FESTIVALS AND EVENTS

[Source](#)

Collaborate with your stakeholders

Who are they?



3 Modulis	Popkultūros turizmo patirčių ir produktų kūrimas
Apžvalga	<p>Šiame modulyje aptariama, kaip sukurti savo popkultūros turizmo patirtį. Jis apima partnerystę, skirtą procesų ir produktų plėtrai ir inovacijoms, remiantis įvairiais įkvepiančių turistinių patirčių pavyzdžiais.</p> <p>Dirbame su tuo, kaip nustatyti atitinkamas suinteresuotąsias šalis, įskaitant sėkmingo bendradarbiavimo pavyzdžius. Nagrinėjame, ką gali pasiūlyti populiariausios popkultūros kryptys ir kuo galima paaiškinti jų sėkmę. Taip pat aptariame, kaip būti kūrybingiems ir rasti savo kampą vietos aplinkoje.</p> <p>Dirbti kartu su kūrybinių industrijų atstovais, ypač filmų, televizijos, literatūros ir žaidimų kūrėjais, gali būti sudėtinga. Ši tema nagrinėjama pratybose.</p>
3 Modulio turinys - Mokymosi temos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ko reikia, kad taptumėte popkultūros turizmo propaguotoju? 2. Popkultūros turizmo galimybės jūsų regione ir dar daugiau 3. Trumpalaikės popkultūros turizmo patirtys 4. Ilgalaikės popkultūros turizmo patirtys 5. Kiti popkultūros turizmo festivaliai ir renginiai
Mokymosi tikslai	<p>Šio modulio pabaigoje galėsite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supraskite, kuo patraukliausios paskirties vietos yra patrauklios • Nustatykite pagrindines suinteresuotąsias šalis ir pradėkite su jomis bendradarbiauti. • Išskirti vietos galimybes, kuriomis galima pasinaudoti • Sukurkite savo popkultūros turizmo patirtį
Pavyzdžių sąrašas	<p>Čia pateikiamas šiame modulyje pateiktų pavyzdžių ir vaizdinio turinio sąrašas:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Turizmas Australijoje/Verizon Media • Džeimsas Bondas / Deimantai yra amžini • Didysis Getsbis/ Ilgosios salos Auksinė pakrantė • Penkiasdešimt pilkų atspalvių / Vankuverio sritis • Islandija ir Holivudas • Lietuva ir „Netflix“ (Černobyliis, „Stranger Things“) • Jungtinė Karalystė, Londonas ir Šiaurės Airija • Stokholmas/ABBA • Trumpalaikių ir ilgalaikių viešnagių pavyzdžiai • Festivaliai ir renginiai
Pratimai ir veikla	<p>4 Pratimas: Bendradarbiavimas</p> <p>Šis pratimas skirtas tam, kaip nustatyti suinteresuotąsias šalis, su kuriomis reikia bendradarbiauti. Popkultūros turizmas apima daug dalyvių, todėl turime rasti tinkamus, galinčius ir galinčius dalyvauti. Pavyzdžiui, kas atsakingas už turizmą jūsų regione? Kas gali prisidėti prie jūsų idėjų ir tikslų įgyvendinimo ir materializavimo?</p> <p>Suinteresuotosios šalys gali turėti labai skirtingų paskatų bendradarbiauti, priklausomai nuo jų organizacijos pobūdžio ir tikslo.</p> <p>Pateikiame šabloną, kurį galima naudoti nustatant ir analizuojant suinteresuotąsias šalis. Tai apima jų motyvų nustatymą ir galimo bendradarbiavimo pobūdžio suformulavimą.</p> <p>Dirbsite mažose grupėse, o užduoties tikslas - pasirinkti tris pagrindines suinteresuotąsias šalis, su kuriomis būtų galima užmegzti partnerystę arba plėtoti esamą bendradarbiavimą ir pradėti planuoti mainų formą.</p>
Pratimai ir veikla	<p>5 Pratimas: Raskite savo kampą</p> <p>Kokią patirtį - vietas, produktus, paslaugas, veiklas - jūsų vietovė ir regionas gali pasiūlyti, susijusią su popkultūra?</p> <p>Aptariame vertes, susijusias su įvairiomis patirtimis ir komerciniais pritaikymais, susijusiais su įvairių kategorijų produktais. Galiausiai pateikiame <i>šabloną</i> su dvylikos skirtingų tipų, kuriais galite pasinaudoti popkultūra, sąrašu.</p> <p>Poromis peržiūrėsite sąrašą ir aptarsite kategorijas, užrašydami idėjas ir sąvokas. Tada pasirinksite jums aktualiausias kategorijas ir išsamiai aptarsite galimybes.</p>

4 modulis - Popkultūros turizmo patirčių ir produktų rinkodara



MARKETING POP CULTURE TOURISM EXPERIENCES AND PRODUCTS MODULE 4 CONTENTS

- 1 INTRO: WHY POP CULTURE TOURISM NEEDS SPECIAL MARKETING
- 2 BUILDING YOUR POP CULTURE TOURISM BRAND
- 3 LEVERAGING POWER OF POP CULTURE FANDOM
- 4 SPOTLIGHT ON USER GENERATED CONTENT
- 5 CELEBRITY AND INFLUENCER MARKETING



Who are influencers?

Influencers are typically social media users with thousands of followers and high quality content. By collaborating with influencers who are relevant to your target audience, you may significantly increase your reach. The downside is that this tends to be relatively expensive but can be worth it, especially in the early stages to help align your experience to your pop culture tourism opportunity.

OUTPACE

4 Modulis	Popkultūros turizmo patirčių ir produktų rinkodara
Apžvalga	<p>Šiame modulyje daugiau sužinosime apie popkultūros turistų motyvus ir poreikius bei kaip pritaikyti savo rinkodaros pastangas. Tai reiškia, kad reikia užmegzti ryšį su stipriomis emocijomis, bendromis tapatybėmis ir gerbėjų ištikimybę, kurią išreiškia popkultūra, ir gauti naudos, sutelkiant dėmesį į vietas ir fandomines detales.</p> <p>Kuriant prekės ženklą popkultūros turizmo srityje reikia naudotis socialine žiniasklaida, tyrinėti popkultūros fandomus, suprasti internetines bendruomenes ir naudotojų kuriamą turinį, pasinaudoti įtakingais asmenimis ir netradicine rinkodara. Be to, reikia suvokti popkultūros bendruomenes kaip patirties bendraautorius, kurie keičiasi istorijomis prieš kelionę, jos metu ir po jos.</p> <p>Į modulį įtraukti trys užsiėmimai, skirti aktyviam darbui su pagrindinėmis temomis - socialine žiniasklaida, partizanine rinkodara ir smegenų šturmu apie prekės ženklo kūrimą. Veikla grindžiama 3 modulio apie partnerystę ir vietinius pasiūlymus medžiaga ir tinka darbui grupėse klasėje.</p>
4 Modulio turinys - Mokymosi temos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kodėl popkultūros turizmui reikia specialios rinkodaros 2. Popkultūros turizmo prekės ženklo kūrimas 3. Popkultūros gerbėjų galios panaudojimas 4. Dėmesio centre - naudotojų kuriamas turinys 5. Įžymybių ir įtakingųjų rinkodara
Mokymosi tikslai	<p>Šio modulio pabaigoje galėsite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • atpažinti popkultūros turistų motyvus ir poreikius • Pradėkite kurti vietos prekės ženklą popkultūros turizmo srityje • Susijunkite su stipriomis fandomo ir internetinių bendruomenių emocijomis.

	<ul style="list-style-type: none"> • Naudokite skaitmeninę rinkodarą per socialinę žiniasklaidą ir naudotojų kuriamą turinį
Pavyzdžių sąrašas	<p>Čia pateikiamas šiame modulyje pateiktų pavyzdžių ir vaizdinio turinio sąrašas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thetravelergene TikTok platformoje • Liverpulio baras „Peaky Blinders“ • Draiocht House Roscommon’e • Popkultūros renginiai ir festivaliai • Vagabrothers „YouTube“ kanalas • Australijos turizmo taryba • Sostų žaidimas „Guerilla“ rinkodara
Pratimai ir veikla	<p>6 Pratimas: Atnaujinkite savo prekės ženklą</p> <p>Galvosūkių šturmo sesija, skirta ištirti ir sukurti unikalų prekės ženklą. Kaip norite, kad jūsų verslą ar regioną suvoktų tie, kurie jį patiria - jūsų popkultūros turistai? Tai apima jūsų teikiamus produktus, paslaugas ir sprendimus. Sieksite rasti pagrindinius privalumus, unikalius pardavimo taškus ir asociacijas, įsisavintas jūsų prekės ženkle.</p>
Pratimai ir veikla	<p>7 Pratimas: Iki pasimatymo internete</p> <p>Socialinis aspektas yra neatsiejama popkultūros turizmo patirties dalis. Plačiai paplitęs dalijimasis patirtimi per socialinę žiniasklaidą - prieš, per ir po - suteikia plačias galimybes užmegzti ryšius su internetinėmis fanų bendruomenėmis. Kitais atvejais patirtis yra visiškai skaitmeninė. Taigi, kaip atpažinti internetinį ir skaitmeninį aspektus ir jais remtis?</p>

5 modulis - kai kurių pagrindinių iššūkių sprendimas



MODULE 5 CONTENTS

- 1 COVID 19 AND TOURISM
- 2 MAKING POP CULTURE TOURISM REGENERATIVE AND SUSTAINABLE
- 3 POP CULTURE OVERTOURISM – THE BIEBER EFFECT, THE FROZEN EFFECT AND MORE
- 4 SPOTLIGHT ON ECOTOURISM
- 5 COMMERCIALISING VIRTUAL TOURISM EXPERIENCES

Regenerative and Sustainable Pop Culture Tourism – guiding principles...



UNWTO and the OECD has put emphasis on sustainable tourism when starting tourism up again after Covid-19.



Increased focus on local/regional needs and wants and that of communities/inhabitants



Regenerative/Sustainable/Pop Culture Tourism need to be born from a cooperation between public institutions, the private sector, and the host communities.



The key is to find a better balance in the tourism industry and host communities moving forward.

5 Modulis	Kai kurių pagrindinių iššūkių sprendimas
<p>Apžvalga</p>	<p>Nors COVID-19 pandemija išnaikino turizmo pramonę, ji suteikia galimybę iš naujo apsvarstyti ir planuoti ateitį. Šis modulis padės spręsti problemas, nagrinėjant pasekmes ir sprendimus.</p> <p>Atkuriamasis turizmas - tai požiūris, kuris gali padėti rasti sprendimus, sukurti pridėtinę vertę ir užtikrinti vietovių tvarumą. Pateikiame penkis regeneracinio ir popkultūros turizmo derinimo žingsnius ir pagrindinius principus, įskaitant UNWTO gaires.</p> <p>Aptariame "perteklinio turizmo" (staigaus lankytojų antplūdžio), būdingo popkultūros turizmui, pavyzdžius ir būdus, kaip su juo kovoti, taip pat nagrinėjame ekologinio turizmo principus ir jo galimybes.</p> <p>Galiausiai modulyje pristatomi virtualaus turizmo ir internetinių kelionių privalumai. Įtraukiančios ekskursijos ir virtualusis turizmas auga dėl didžiulio potencialo ir turi didelį potencialą, ne tik siekiant pasipriešinti kelionių mažėjimui.</p>
<p>5 modulio turinys - Mokymosi temos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. COVID-19 ir turizmas 2. Popkultūros turizmo atkūrimas ir tvarumas 3. Popkultūros perteklinis turizmas - Bieberio efektas, „Ledo šalies“ efektas ir t. t. 4. Ekoturizmo tema 5. Virtualaus turizmo patirties komercializavimas
<p>Mokymosi tikslai</p>	<p>Šio modulio pabaigoje galėsite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spręsti dabartinius turizmo iššūkius ir planuoti ateitį • Naudoti regeneracinį turizmą kaip tvarių inovacijų priemonę • Taikyti prevencines priemones ir ekologinį turizmą, siekiant kovoti su

	<p>pertekliniu turizmu.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurkite virtualaus turizmo sprendimus ir turinį įtraukiančioms ekskursijoms.
Pavyzdžių sąrašas	<p>Čia pateikiamas šiame modulyje pateiktų pavyzdžių ir vaizdinio turinio sąrašas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Visit Flanders“ atsinaujinančio turizmo politika • Barselonos atvejo tyrimas • Bieberio efektas Islandijoje • „Ledo šalies“ poveikis Austrijoje ir Norvegijoje • „Žvaigždžių karų“ poveikis Airijoje • „Merginų Kelionės“ virtualūs turai • Ekskursijos pėsčiomis per tiesioginę vaizdo kamerą Dubrovnike • Naminis maistas ir linksmybės • Virtualus turas po vonių • Ekskursija po Frankfurto senamiestį • „National Geographic Explore Oculus Quest“ • Tiesioginės transliacijos festivaliai
Pratimai ir veikla	<p>8 Pratimas: Pakeiskite savo pasiūlymą</p> <p>Šis pratimas leis jums pakoreguoti anksčiau išdėstytas idėjas ir planus, kad galėtumėte spręsti iškilusius iššūkius. Pirmiausia nustatykite pagrindinius iššūkius. Tada aptarsime, ką ir kaip galite pakoreguoti. Pavyzdžiui, ar regeneracinio turizmo, ekoturizmo, virtualaus turizmo arba bendruomeninio turizmo (žr. kitą modulį) sąvokos gali būti priemonės, su kuriomis galėtumėte dirbti? Pateiktas šablonas padės mums žingsnis po žingsnio nusakyti iššūkius ir išanalizuoti galimus sprendimus.</p>

6 modulis - Popkultūros turizmo patirčių ir projektų palaikymas

MODULE 6 CONTENTS



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 101019169. The project has been funded by the European Commission. This publication reflects the views only of the author(s) and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.

- 1 SUSTAINING POP CULTURE TOURISM - AN OVERVIEW
- 2 LASTING GROWTH OF YOUR POP CULTURE TOURISM BUSINESS
- 3 BENEFITS OF BEING PART OF A STRONG REGIONAL AND SUSTAINABLE POP CULTURE TOURISM BRAND/PROMOTION
- 4 SPOTLIGHT ON COMMUNITY TOURISM
- 5 PREPARING FOR FUTURE POP CULTURE TOURISM OPPORTUNITIES

BENEFITS OF BEING PART OF BUILDING A STRONG REGIONAL TOURISM PROMOTION



A UNIFYING VOICE- CREDIBILITY AND TRUST

Marketing your region as a pop culture region and have all tourism businesses unified in voice and message can quickly establish your footing as a must visit destination.



OPPORTUNITIES TO COLLABORATE AND LEARN TOGETHER

Regional promotion is all about knowledge sharing and a creating a culture of collaboration and co-creation. You can learn a lot by working with your peers.



SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE DEVELOPMENT

Agreeing on and working towards a united vision or common goals is important particularly when pop culture tourism is concerned. Pop culture can lead to overtourism so this needs to be planned for and managed carefully.



DRIVE AWARENESS AND SALES

The ultimate goal of a regional/destination promotion is to increase tourist revenue for all and a well executed regional promotion can bring business benefits to many.

6 Modulis	Popkultūros turizmo patirčių ir projektų palaikymas
Apžvalga	<p>Kas yra tvarus turizmas ir kodėl jis svarbus? 6 modulyje į tai atsakysime nagrinėdami apibrėžtis, verslo augimo modelius, regioninį bendradarbiavimą ir skatinimą bei bendruomeninį turizmą.</p> <p>Svarbiausias klausimas - kaip palengvinti ilgalaikį augimą, todėl pateikiame penkių pagrindinių išvadų sąrašą, į kurias turėtų atsižvelgti jūsų įmonė ir regionas.</p> <p>Investicijos į visapusišką perspektyvą ir regioninį bendradarbiavimą atneš daug naudos ir pritrauks užsienio lankytojų. Nagrinėjame šią temą ir apie ką reikėtų pagalvoti reklamuojant savo kelionės tikslą. Pateikiame svarbiausius patarimus, kaip popkultūros turizmą paversti regioninio prekės ženklo dalimi.</p> <p>Bendruomeninis turizmas - tai vietos gyventojų įgalinimas aktyviai dalyvauti plėtroje, skatinant pagarbą socialinei ir gamtinei aplinkai. Mes tiriamo, kaip kurti vertę bendruomenei ir jūsų vietai gali būti abipusiai naudinga. Šiame modulyje pristatomas bendruomenės turizmo priemonių rinkinys, kuriame pateikiama daugiau praktinių patarimų ir priemonių, ir pateikiama nuoroda į jį.</p> <p>Pabaigoje pateikiame patarimų, kaip pasirengti pasinaudoti augančiomis galimybėmis, dvi užduotis, kaip dirbti su regioniniu prekės ženklu, ir nuolatinio tobulėjimo kontrolinį sąrašą.</p>
6 modulių turinys - Mokymosi temos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Popkultūros turizmo palaikymas - apžvalga 2. Ilgalaikis jūsų popkultūros turizmo verslo augimas 3. Stipraus regioninio ir tvaraus popkultūros turizmo prekės ženklo ir (arba) reklamos nauda 4. Bendruomenės turizmo dėmesio centre

	5. Pasirengimas būsimoms popkultūros turizmo galimybėms
Mokymosi tikslai	<p>Šio modulio pabaigoje galėsite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizuokite savo ekonominį, socialinį ir aplinkosauginį poveikį. • Sukurkite ilgalaikį savo verslo ir (arba) regiono augimą • Plėtokite regioninį bendradarbiavimą ir reklamuokite savo regioninį prekės ženklą • kreipkitės į vietos bendruomenę, bendradarbiaukite su ja ir įsitraukite į jos veiklą. • Geriau pasiruoškite kuo geriau pasinaudoti augančiomis turizmo galimybėmis • Taikyti įvairius metodus ir priemones tvarumui skatinti ir didinti.
Pavyzdžių sąrašas	<p>Čia pateikiamas šiame modulyje pateiktų pavyzdžių ir vaizdinio turinio sąrašas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Hobito“ įkvėptas ekologiškas turizmas • Šiaurės Airija ir „Sostų žaidimas“ • „The Doors“ (Šiaurės Airijos turizmo departamentas ir Airijos turizmo departamentas) • Skellig Michael Airijoje • Dubrovnika ir „Kings Landing“ • „The Quiet Man“, 1952 m. filmas ir Airijos miestas • #ForeverEdinburgh - rinkodaros kampanija • Rinkodaros kampanija „Kur yra Vilnius“ • Muzikinis turizmas Švedijoje • Baras „The Fable“, Jungtinė Karalystė
Pratimai ir veikla	<p>9 Pratimas: Jūsų ateitis yra dabar</p> <p>Kaip integruoti tvarumą į planavimą? Išnagrinėsime ir nustatysime, kokį ekonominį, socialinį ir aplinkosauginį poveikį jūsų verslas ir popkultūros turizmo koncepcijos daro jūsų regionui. Išnagrinėsime, kaip pokyčių ir naujų technologijų taikymas gali paskatinti ilgalaikį augimą. Taip pat aptarsime, kada pasinaudoti regiono galimybėmis.</p>

Papildomi pratimai ir šablonai

Kursą sudaro devynios užduotys, parengtos pagal modulių temas ir mokymosi temas. Kiekvieną modulį sudaro vienas arba du pratimai, kurių eiga yra aiški ir grindžiama ankstesniais pratimais. Pratybos skirtos dalyviams įsigilinti į kai kurias pagrindines kurso

medžiagos dalis, pritaikant mokymąsi ir pagrindines išvadas savo versle ir regione, teoriją paverčiant praktika.

Kiekvienam pratimui yra šablonas su trumpa įžanga ir aiškiais instrukcijomis, kaip atlikti darbą, įskaitant išsamią pratimo atlikimo lentelę. Atkreipkite dėmesį, kad dalis informacijos pateikiama tik lentelėse, o ne tekstuose.

Pratybų metu dalyviai galės žingsnis po žingsnio pradėti kurti savo popkultūros turizmo patirtį. Be to, jie padės ištirti praktines vietas verslo galimybes ir remtis vietos privalumais bei paskatinimais novatoriškai plėtrai.

Čia pateikiami pratimai su trumpais aprašymais. Daugiau informacijos rasite modulių suskirstyme, pratybų šablonuose, taip pat bendruosiuose metoduose ir metodikoje.

1 pratimas	Motyvuokite save	Pradedame <i>įsisavinti</i> naujas žinias ir perspektyvas, ieškodami ir tikrindami argumentus dėl popkultūros turizmo naudojimo jūsų versle ir (arba) regione. Keičiamės paėiliui ir teikiame vienas kitam grįžtamąjį ryšį. Kokie yra jūsų vietiniai <i>argumentai</i> ?
2 pratimas	Ieškokite vietinių istorijų	Popkultūros turistai dėl savo mėgstamų istorijų gali įveikti beveik visas kliūtis. Tai susiję su <i>vieta</i> - ką siūlo jūsų vietovės ir kaip galite susieti su popkultūros nuorodomis. Laisvai mąstykite ir sudarykite vietos istorijas, kultūrinių tradicijų ir popkultūros nuorodų <i>sąrašą</i> . Pradėkite nuo to, ką turite, ir pasitelkite vaizduotę.
3 pratimas	Suraskite minią	Popkultūros turistų <i>motyvacija</i> tapatinis su kultūros bruožais, pavyzdžiui, istorija, personažu, aktoriumi, vieta ar fantazija, yra didelė. Pasipraktikuosite, kaip rasti naujas <i>tikslines grupes pagal</i> istorijas, aistras, vietas ir bendruomenes. Su kokiais motyvais galite užmegzti ryšį?
4 pratimas	Dirbti kartu	Šis pratimas skirtas tam, kaip <i>nustatyti suinteresuotąsias šalis</i> , su kuriomis reikia bendrauti. Kas jūsų regione yra atsakingas, kas gali prisidėti ir kokios yra skirtingos jų paskatos bendradarbiauti? Pateikiame šabloną, kaip nustatyti ir išanalizuoti suinteresuotąsias šalis ir pradėti kurti <i>partnerystės planus</i> .
5 pratimas	Raskite savo kampą	Kokią patirtį - vietas, produktus, paslaugas, veiklas - jūsų vietovė ir regionas gali pasiūlyti, susijusią su popkultūra? Aptarsime vertybes ir <i>komercinį pritaikymą, susijusį su</i> dvylika skirtingų kategorijų,

		kuriose galite pasinaudoti popkultūra.
6 pratimas	Atnaujinkite savo prekės ženklą	Galvosūkių šturmo sesija, skirta jūsų <i>unikalią prekės ženklui</i> sukurti. Kaip norite, kad būtų suvokiamas jūsų verslas ar regionas, įskaitant jūsų teikiamus produktus, paslaugas ir sprendimus? Ką šiandien išreiškia jūsų prekės ženklas?
7 pratimas	Iki pasimatymo internete	Čia nagrinėjame svarbų popkultūros turizmo socialinį aspektą, galimybes, kurias suteikia socialinė žiniasklaida ir internetinės gerbėjų bendruomenės, bei grynai skaitmeninę patirtį. Tai apima ir vizualizaciją.
8 pratimas	Tikslinkite savo pasiūlymą	Laikas nustatyti <i>pagrindinius iššūkius</i> ir atitinkamai pakoreguoti idėjas bei planus. Ar galime naudoti regeneracinio turizmo, ekoturizmo, virtualaus turizmo ar bendruomeninio turizmo priemones? Pateikiame <i>šabloną, skirtą</i> iššūkiams nusakyti ir galimiems sprendimams analizuoti.
9 pratimas	Jūsų ateitis yra dabar	Kaip integruoti <i>tvarumą</i> į planavimą? Išnagrinėsime jūsų regiono ekonominį, socialinį ir aplinkosauginį poveikį, nagrinėsime pokyčius ir naujas technologijas ilgalaikiam augimui užtikrinti, apsvarstysime laiką ir regionines galimybes.

Galiausiai raginame mokytojus ir mokinius papasakoti mums apie savo popkultūros
turizmo pokyčius - prisijunkite prie pokalbio svetainėje www.facebook.com/outpaceeu/.

Linkime jums
sėkmės naudojant
OUTPACE
atvirusius
mokymosi išteklius
savo švietimo
įstaigose.

Jei reikia daugiau
informacijos apie jų
naudojimą,
susisiekitė su
mumis.



WWW.POPCULTURETOURISM.EU