



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

OUTPACE Utbildares Guide



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

**Insikter och riktlinjer för optimal leverans av OUTPACE
Innovating Tourism genom Pop Culture Öppna
Utbildningsmedel**

Detta projekt har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Författaren är ensam ansvarig för denna publikation (kommunikation) och kommissionen tar inget ansvar för eventuell användning av informationen i den.

Innehållsförteckning

1.	OUTPACE-projektet - innovativ turism genom popkultur	13
	Användbara länkar	13
2.	Om OUTPACE Öppna Utbildningsmedel	15
3.	Inriktning av för EntreComp: Entreprenörkompetensramverket	17
4.	Leveransram och Metodik	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
	Kursöversikt och faser	17
	Leverans och metodik	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
	Föreslagna kursleveransmodeller	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
	Tränar olika deltagare	21
	Övningar och grupparbete	23
5.	Kursmoduler – innehåll och övningar	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
	PowerPoint Moduler	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
	Modul 1 – Vad är Popkulturturism?	25
	Modul 2 –Vad vill Popkulturturister ha?	27
	Modul 3 – Skapa Popkulturturismupplevelser och -produkter	29
	Modul 4 – Marknadsföra Popkulturturismupplevelser och -produkter	31
	Modul 5 – Ta itu med några viktiga utmaningar	33
	Modul 6 – Upprätthålla popkulturturismupplevelser och -projekt	35
	Ytterligare övningar och mallar	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

1. The OUTPACE Project - Innoverande turism genom popkultur

Popkulturturism är ett växande fenomen med stora möjligheter och innovationspotential, vilket möjliggör starka och hållbara turismupplevelser och lokal utveckling. Tillsammans med globala fangemenskaper och digital tillgänglighet kan popkulturturism utgöra ett kraftfullt och transformerande verktyg för branschen.

Det finns ett behov av att utveckla nya och innovativa upplevelser för turister. Inte bara möjligheter och praktik förändras på grund av långvariga konsekvenser av klimatförändringar, miljöhänsyn och den pågående pandemin. Dessutom utvecklas turisternas förväntningar och konsumentbeteende permanent på grund av digitalisering, globala popkulturtrender, sociala medier och andra faktorer.

För första gången som ett yrkesutbildningserbjudande, OUTPACE-projektet är ett samarbete för att bygga på befintliga framgångshistorier inom popkulturturism för att producera högkvalitativa och uppdaterade utbildningsresurser, vilket gör det möjligt för företag och regioner att dra nytta av nuvarande och ökande möjligheter. Det övergripande syftet med OUTPACE är att skapa en ökning av antalet turistföretag som utvecklar innovativa produkter och tjänster baserat på de möjligheter som popkulturturismen erbjuder, vilket skapar mer marknadsanpassade och dynamiska regionala turistekonomier.

Popkulturturism kan också hjälpa till att hantera många allmänna utmaningar som turistnäringen står inför idag. OUTPACE-kursen ger levande exempel och övertygande berättelser för att hjälpa mottagarna att identifiera och utveckla sina egna lokala eller

regionala berättelser kopplade till popkultur. Metoder för digital åtkomst vidgar räckvidden för lokala upplevelser samtidigt som de ger värdefulla kontakter med fangemenskaper online. Användningen av visuellt innehåll och uppslukande upplevelser kommer att stärka turistdestinationer, möjliggöra en aktiv onlinenärvaro och utveckla aktiviteter anpassade till fangemenskaper.



OUTPACE är ett EU Erasmus+ projekt som samlar partners och experter från Litauen, Storbritannien, Island, Sverige

och Irland. Partners är Vilnius Tech, Canice Consulting, University of Greenwich, Icelandic Tourism Research Centre, Momentum och Swedish Tourism Innovation Centre.

Användbara Länkar

Official Outpace Website	<u>www.popculturetourism.eu/</u>
Open Education Resources – the Course Modules	<u>www.popculturetourism.eu/open-education-resources/</u>
Outpace Manual – A Guide to Pop Culture Tourism	<u>www.popculturetourism.eu/resource-pack-en/</u>
Facebook page	<u>www.facebook.com/outpaceeu/</u>

2. Om OUTPACE Öppna Utbildningsresurser

OUTPACE Öppna Utbildningsresurser och kurser har utvecklats för att nyttja de enorma möjligheter för turistinnovation som popkulturturism erbjuder. De är designade för alla relevanta sektorer och yrken inom turism och närliggande industrier, inklusive småföretag, offentliga tjänstemän, regionala utvecklare, studenter och andra affärsutvecklingsintressen berörda av turism och destinationer.

Kursen ger verktyg för att göra det möjligt för högsolor, yrkesutbildning och företagsstödjande organisationer att anta ett systematiskt tillvägagångssätt för att utbilda elever i att utveckla innovativa och hållbara produkter och tjänster baserade på popkulturmöjligheter. Intressenter som gynnas inkluderar turistföretag, högskoleinstitutioner, företagsutveckling, yrkesutbildningsorganisationer och andra turismintressenter.

EN RESURS FÖR EN INDUSTRI I BEHOV AV INNOVATION

Decimerade av covid19 behöver små och medelstora turistföretag ny energi, idéer och innovationer för att återuppbygga och ompositionera sina företag för framtiden. Innan covid gick popkulturturismen in i en period av exponentiell tillväxt över hela Europa på grund av populariteten hos filmer, TV-program och böcker som Harry Potter, Games of Thrones och Star Wars.

Fast hemma i lockdown 2020/2021, de flesta av oss slukade popkultur (tv-program, böcker, videospel) eftersom det var en av våra enda källor till underhållning. Visste du att Netflix fick hela 36 miljoner prenumeranter 2020?! Även om det har varit få positiva effekter från COVID för turistnäringen, är popkulturturismen redo för förnyad och fortsatt exponentiell tillväxt under de kommande åren.

VAD INNEHÅLLER DETTA TRÄNINGSPROGRAM?

- 6 stycken, gratis att använda, moduler som täcker 30 utbildningsområden
- denna handledare/pedagogguide för turismutbildare för att hjälpa er att leverera detta program i ett antal utbildningsmiljöer – t.ex. online, klassrum eller blandat
- insikter från popkulturturismfrämjare
- över 50 fallstudier
- 18+ elevövningar

- expertinsikter från Litauen, Storbritannien, Irland, Island och Sverige

OUTPACE Innovera Turism Genom Popkultur-kursen är ett kostnadsfritt, innovativt och flexibelt läromedel som gör att du som tränare kan ta itu med och förklara potentialen i popkulturturism, inspirera till innovation genom berättelser och exempel, och att leverera en praktisk metodik för utveckling av innovativa produkter och tjänster. Kursens modulära design möjliggör anpassningar och gör att du kan anpassa träningen efter inställningens och målgruppens behov och förutsättningar.

Materialet är en modulbaserad kurs med sex moduler och 30 inlärningsämnen, 30+ exempel på popkulturturism, nio praktiska övningar (+ 10 ytterligare övningsmallar som en del av denna utbildarguide) och tips och tricks för utveckling av innovativa och hållbara produkter och tjänster baserade på popkulturmöjligheter. De kreativa resurserna har skapats med expertkunskaper inom varje specifikt område och levereras på ett inspirerande sätt.



The OUTPACE Öppna Utbildningsresurser har granskats och validerats av experter.

Femtiofem externa turistexperter från hela Europa har pilottestat OUTPACE Öppna Utbildningsresurser, och varje modul har granskats minst 16 gånger. Några av de viktigaste resultaten och nyckeltal är följande:

- 96 % av turistexperterna säger att de antingen älskar eller verkligen gillar utbildningsresurserna
- 97 % tycker att resurserna är användbara/mycket användbara och relevanta/mycket relevanta
- 96 % skulle rekommendera/dela OER som en undervisningsresurs med andra
- 100 % håller med om att deras kunskaper om popkulturturism som ett resultat av OER:s har antingen förbättrats eller avsevärt förbättrats
- 100 % av utbildarna planerar att använda OUTPACE-kursinnehållet i sina kurser nu eller i framtiden

När det gäller kvalitativ feedback har OER fått utmärkta recensioner:

"Well researched, presented and resourced, a really useful and valuable off the shelf tourism innovation programmer for me to use." - *Tourism Trainer, Ireland*

"There is a variety of content, new knowledge and interesting case studies. It is easy to follow with a good balance of words, photos and videos (i.e. it is easy to go through the whole module without information overload)" – *Tourism Trainer, Vietnam*

"Good graphics, clear structure, easy language" – *Tourism trainer, Iceland*

"The use of specific case studies and clearly laying out the different types of pop culture tourism was an excellent introduction to a new subject for me." - *Tourism Business Advisor, Ireland*

3. Inriktning av OUTPACE OER's för EntreComp: Entreprenörkompetensramverket

Utvecklingen av europeiska medborgares och organisationers entreprenörskapacitet har varit ett av de centrala politiska målen för EU och medlemsstaterna under många år. Det är en av de åtta nyckelkompetenserna för livslångt lärande. [EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework](#) beskriver entreprenörskap som en livslång kompetens, identifierar de element som

gör någon entreprenöriell och upprättar en standardreferens för initiativ som handlar om entreprenöriellt lärande.

EntreComp Framework består av tre kompetensområden:

1. 'Idéer och möjligheter',
2. 'Resurser',
3. 'Till handling'.

Varje område omfattar fem kompetenser som tillsammans är byggstenarna för entreprenörskap som kompetens.

Tabellen som följer presenterar EntreComp-ramverket med en extra kolumn för att belysa OUTPACE OER:s svar på ramverket och hur kursen, när den tillämpas i en yrkesutbildningsmiljö, kan bidra till en ökning av de 15 Entrecomp-kompetenserna, nämligen:

- **Identifiera möjligheter**
- **Kreativitet**
- **Vision**
- **Värdera idéer**
- **Etiskt- och hållbart tänkande**
- **Självkännedom och själv effektivitet**
- **Motivation och uthållighet**
- **Mobilisera resurser**
- **Finansiell och ekonomisk kunskap**
- **Mobilisera andra**
- **Ta initiativet**
- **Planering och ledning**
- **Att hantera osäkerhet, oklarhet och risk**
- **Arbeta med andra**
- **Lära genom erfarenhet**

Area	Kompetens	Led-trådar	Beskrivning	OUTPACE OER's svar
1. IDEAS AND OPPORTUNITIES	1.1 Identifiera möjligheter	Använd din fantasi och dina förmågor för att identifiera möjligheter att skapa värde	<ul style="list-style-type: none"> • Identifiera och ta vara på möjligheter att skapa värde genom att utforska det sociala, kulturella och ekonomiska landskapet • Identifiera behov och utmaningar som behöver mötas • Etablera nya kopplingar och sammanföra spridda delar av landskapet för att skapa möjligheter att skapa värde 	OUTPACE-utbildningen ökar medvetenheten om nya ekonomiska möjligheter för turistföretag att utforska. OUTPACE introducerar företagare till Pop Culture Tourists, en växande målmarknad med specifika upplevelsebehov och önskemål. OUTPACE OER:s kopplar ihop prickarna mellan popkultur, turistregioner/geografiska platser och hur man kan arbeta tillsammans för att bygga en solid regional popkulturturismförslag.
	1.2 Kreativitet	Utveckla kreativa och målmedvetna idéer	<ul style="list-style-type: none"> • Utveckla flera idéer och möjligheter för att skapa värde, inklusive bättre lösningar på befintliga och nya utmaningar • Utforska och experimentera med innovativa metoder • Kombinera kunskap och resurser för att uppnå värdefulla effekter 	OER:erna introducerar olika typer av popkulturturism – musik, film, litteratur, cosplay etc. OER:erna är inspirerande och motiverande, med massor av fallstudier av innovativa tillvägagångssätt. Dessutom ger OER ny kunskap och praktiska resurser.
	1.3. Vision	Arbeta mot din framtidsvision	<ul style="list-style-type: none"> • Föreställ dig framtiden • Utveckla en vision för att omsätta idéer till handling • Visualisera framtida scenarier för att vägleda ansträngning och handling 	OUTPACE OER:s inspirerar och motiverar befintliga eller nya turistföretag att skapa popkulturturismupplevelser nu eller i framtiden. Via en rad aktiviteter och lektioner hjälper OER eleverna att upptäcka möjligheter för popkulturturism i sin region och ge struktur för att omsätta idéer till handling. OER presenterar för- och nackdelar med popkulturturism, och de ger några idéer/lösningar som har utarbetats för att övervinna några av utmaningarna
	1.4 Värdera idéer	Få ut det mesta av idéer och möjligheter	<ul style="list-style-type: none"> • Bedöm vilket värde som är socialt, kulturellt och ekonomiskt • Inse den potential en idé har för att skapa värde och identifiera lämpliga sätt att få ut det mesta av den 	OER presenterar värdet av popkulturturism ur många perspektiv – konsumenten/turisten, turistnäringen, det regionala turismutbudet och ekonomin. OER:s belyser värdet av att förnya med popkulturturism och fördelarna med att turistföretag och intressenter arbetar

2. RESOURCES				tillsammans för att få ut det mesta av det.
	1.5 Etiskt och hållbart tänkande	Bedöm konsekvenserna och effekterna av idéer, möjligheter och handlingar	<ul style="list-style-type: none"> • Bedöm konsekvenserna av idéer som ger värde och effekten av entreprenöriell aktivitet på målgruppen, marknaden, samhället och miljön • Reflektera över hur långsiktigt hållbara sociala, kulturella och ekonomiska mål är och den handlingslinje som valts • Agera ansvarsfullt 	OUTPACE OER:s uppmärksammar den potentiella nackdelen popkulturturism kan ha. Den tar itu med frågor som överturism och erbjuder några idéer/lösningar. Att främja hållbar popkulturturism är målet för OER. OER:erna ger insikter och idéer för hur främjare av popkulturturism på ett hållbart och ansvarsfullt sätt kan reagera på popkulturturismmöjligheter.
	2.1 Självkännedom och själveffektivitet	Tro på dig själv och fortsatt utvecklas	<ul style="list-style-type: none"> • Reflektera över dina behov, ambitioner och önskemål på kort, medellång och lång sikt • Identifiera och bedöm dina individuella och grupps styrkor och svagheter • Tro på din förmåga att påverka händelseförloppet, trots osäkerhet, motgångar och tillfälliga misslyckanden 	Många turistföretag har ett påtvingat behov av att förnya sig i kölvattnet av COVID19; OUTPACE uppmuntrar turistföretag att utveckla något nytt hållbart, vilket ger långsiktiga fördelar. OUTPACE OER:s är medvetna om att befintliga turismentreprenörer (vår ledande målgrupp) tillför betydande kunskap och färdigheter till innovation. Utbildningsresurserna utmanar dem att bedöma vad de redan vet och utveckla ny kunskap och insikter om popkulturturism. OUTPACE OER visar upp och hyllar framgångsrika popkulturentreprenörer som har skapat nya och spännande upplevelser. Peer learning är ett kraftfullt sätt att visa hur elever kan uppnå något speciellt trots utmaningar, motgångar etc.
	2.2 Motivation och uthållighet	Håll fokus och ge inte upp	<ul style="list-style-type: none"> • Var fast besluten att omsätta idéer till handling och tillfredsställa ditt behov av att lyckas • Var beredd på att ha tålamod och fortsatt att försöka uppnå dina långsiktiga mål, individuellt eller i grupp 	Fallstudierna av peer learning inspirerar eleverna att gå den extra milen och förvandla sina idéer om popkulturturism till prestationer. Men i de flesta fall är popkulturturismen reaktiv snarare än proaktiv. OUTPACE OER's presenterar argument för proaktiv planering för att få ut det mesta av popkulturturismen. OUTPACE OER:s utvecklades 2020 under höjden av covid-19-pandemin när turistnäringen stannade. De utformades som en

			<ul style="list-style-type: none"> Var motståndskraftig under press, motgångar och tillfälliga misslyckanden 	<p>kraftfull och inspirerande resurs för lärande och innovationsplanering för att uppmuntra och uppmåna turistföretag att fortsätta och förbättra sin turismprodukt för och i framtiden.</p>
	2.3 Mobilisera resurser	Samla och hantera de resurser du behöver	<ul style="list-style-type: none"> Skaffa och hantera de materiella, icke-materiella och digitala resurser som behövs för att omsätta idéer till handling Få ut det mesta av begränsade resurser Skaffa och hantera den kompetens som behövs i alla skeden, inklusive teknisk, juridisk, skattemässig och digital kompetens 	<p>OUTPACE OER presenterar över 50 fallstudier av popkulturturism, som tillsammans ger stor inblick i vilka resurser som behövs för att skapa popkulturturism inspirerade företag och upplevelser. Begränsade resurser krävs ofta för popkulturturism då de flesta av resurserna är geografiska platser kopplade till filmer, böcker etc. OUTPACE OER fungerar bäst när den används med digitala informationsnav eller utbildare/expertyper som kan ge ytterligare tekniska, juridiska insikter etc.</p>
	2.4 Finansiell och ekonomisk kunskap	Utveckla finansiellt och ekonomiskt kunnande	<ul style="list-style-type: none"> Uppskatta kostnaden för att omvandla en idé till en värdeskapande aktivitet Planera, verkställ och utvärdera ekonomiska beslut över tid Hantera finansiering för att se till att min värdeskapande aktivitet kan fortskrida på lång sikt 	<p>OUTPACE OER:s är designade för att levereras flexibelt och kopplas in i befintliga innovationsprogram för turism som täcker finansiella kostnader, planering etc. De utgör en viktig läxa om finansiell och ekonomisk kunnighet och potentiellt lukrativa, hållbara nischade turismerbjudanden.</p>



INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

	2.5. Mobilisera andra	Inspirera, entusiasmera och få andra ombord	<ul style="list-style-type: none"> Inspirera och entusiasmera relevanta intressenter Få det stöd som behövs för att uppnå värdefulla resultat Visa effektiv kommunikation, övertalning, förhandling och ledarskap 	Små och medelstora turistföretag och entreprenörer som arbetar tillsammans för att bygga en solid lokal, regional eller nationell destination har en stark kapacitet att mobilisera och entusiasmera andra. Popkulturturismfrämjare säljer inte bara turistprodukter och erbjudanden utan också drömmar. Chansen för andra att komma lite närmare sin favoritbok, låt, film etc., att sälja drömmar, popkulturturismfrämjare måste kunna inspirera och entusiasmera andra. OUTPACE OER är motiverande och inspirerande och designade för att låsa upp kreativitet, idéer och nya passioner.
3. INTO ACTION	3.1 Ta initiativet	Gör det!	<ul style="list-style-type: none"> Inled processer som skapar värde Anta utmaningar Agera och arbeta självständigt för att nå mål, hålla fast vid intentioner och genomföra planerade uppgifter 	Utöver att vara utrustad med inspiration och motivation, är OUTPACE OER:s också fullproppad med praktiska övningar och aktiviteter för att hjälpa små och medelstora turistföretag att planera och vidta åtgärder. Aktiviteterna kan utföras självständigt eller kan utföras i grupp.
	3.2 Planering och ledarskap	Prioritera, organisera och följa upp	<ul style="list-style-type: none"> Sätt upp långsiktiga, medellång och kortsiktiga mål Definiera prioriteringar och handlingsplaner Anpassa dig till oförutsedda förändringar 	OUTPACE OER ger insikter om olika/populära typer av popkulturturismprodukter och upplevelser. Beroende på turismfrämjarens ursprungliga produktutbud kan det bara krävas en justering av utbudet för att förvandla det till en popkulturturismprodukt/-upplevelse. OUTPACE OER-aktiviteterna och övningarna tar eleverna med på en resa för att identifiera möjligheter och planera och marknadsföra en turismprodukt. De ger också ett ramverk för att planera långsiktiga mål som hållbarhet.
	3.3 Att hantera osäkerhet, oklarhet och risk	Fatta beslut som hanterar osäkerhet, oklarhet och risk	<ul style="list-style-type: none"> Ta beslut när utfallet av det beslutet är osäkert, när den tillgängliga informationen är partiell eller tvetydig, eller när det finns risk för oavsiktliga resultat I den värdeskapande processen inkludera strukturerade sätt att testa idéer och prototyper från tidiga skeden för att minska riskerna för att 	Många av fallstudierna i OUTPACE OER inkluderar ett inslag av lean innovation. Lean innovation är en affärsmodell som minimerar risker och ökar kundvärdet genom att arbeta iterativt. Popkulturturism har hittills främst varit reaktiv, det vill säga turismprodukter/upplevelser designas och utvecklas efter att något blivit viralt/blir populärt. OUTPACE OER är utformade för att hjälpa entreprenörer att bli proaktiva och upptäcka

			<p>misslyckas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hantera föränderliga situationer snabbt och flexibelt 	<p>popkulturturismmöjligheter tidigt. OUTPACE OER syftar till att hjälpa entreprenörer att hantera föränderliga situationer snabbt och flexibelt för att säkerställa att de maximerar den ekonomiska potentialen MEN på ett hållbart och ansvarsfullt sätt.</p>
	3.4 Arbeta med andra	Hitta partners, samarbeta och nätverka	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeta tillsammans och samarbeta med andra för att utveckla idéer och omsätta dem till handling • Nätverka • Lös konflikter och möt konkurrensen positivt när det behövs 	<p>OUTPACE-konsortiets popkulturturismleverantörer som undersökts och intervjuats vittnar om behovet av att knyta an till andra, särskilt när man utvecklar något nischat och nytt. OER presenterar många fallstudier av samarbete samtidigt som aktiviteterna/övningarna uppmuntrar det. För att underlätta ytterligare samarbete och nätverk rekommenderar vi starkt att OER:erna levereras i grupp, antingen på plats eller online.</p>
	3.5. Lära genom erfarenhet	Lär dig genom att göra	<ul style="list-style-type: none"> • Använd alla initiativ för värdeskapande som en möjlighet till lärande • Lär dig med andra, inklusive mentorer • Reflektera och lär av både framgång och misslyckande (din egen och andras) 	<p>OUTPACE OER är utformade för att gynna befintliga små och medelstora turistföretag men även potentiella entreprenörer och studenter. OUTPACE-konsortiet är själva turistutbildare och intressenter och inser att elever har erfarenhet, kunskap och färdigheter. Vi försöker inte lära dem allt om att vara i turistbranschen; istället försöker vi lära dem om popkulturturismens potential och vikten av att tänka utanför ramarna när det gäller innovation inom turism. De praktiska övningarna och aktiviteterna, föreslagna leveransmetoder är utformade för att ge stora möjligheter till att lära sig genom att göra och fördjupa sig i projektets ämne.</p>

Tabell 1: EntreComp koncept modell. Inom ramen för EntreComp-ramverket betraktas entreprenörskapskompetens både som en individuell och kollektiv förmåga

4. Leveransram och Metodik

Denna Outpace Trainers Guide ger utbildare, lärare, instruktörer och kurshandledare en översikt och vägledning om hur du använder OUTPACE Open Education Course på bästa sätt. Den kompletterar kursmaterialet och resurserna med en enkel inlärningsprocess och praktiska verktyg för att genomföra kursen.

Det här avsnittet handlar om hur man använder materialet och håller i kursen i olika sammanhang.

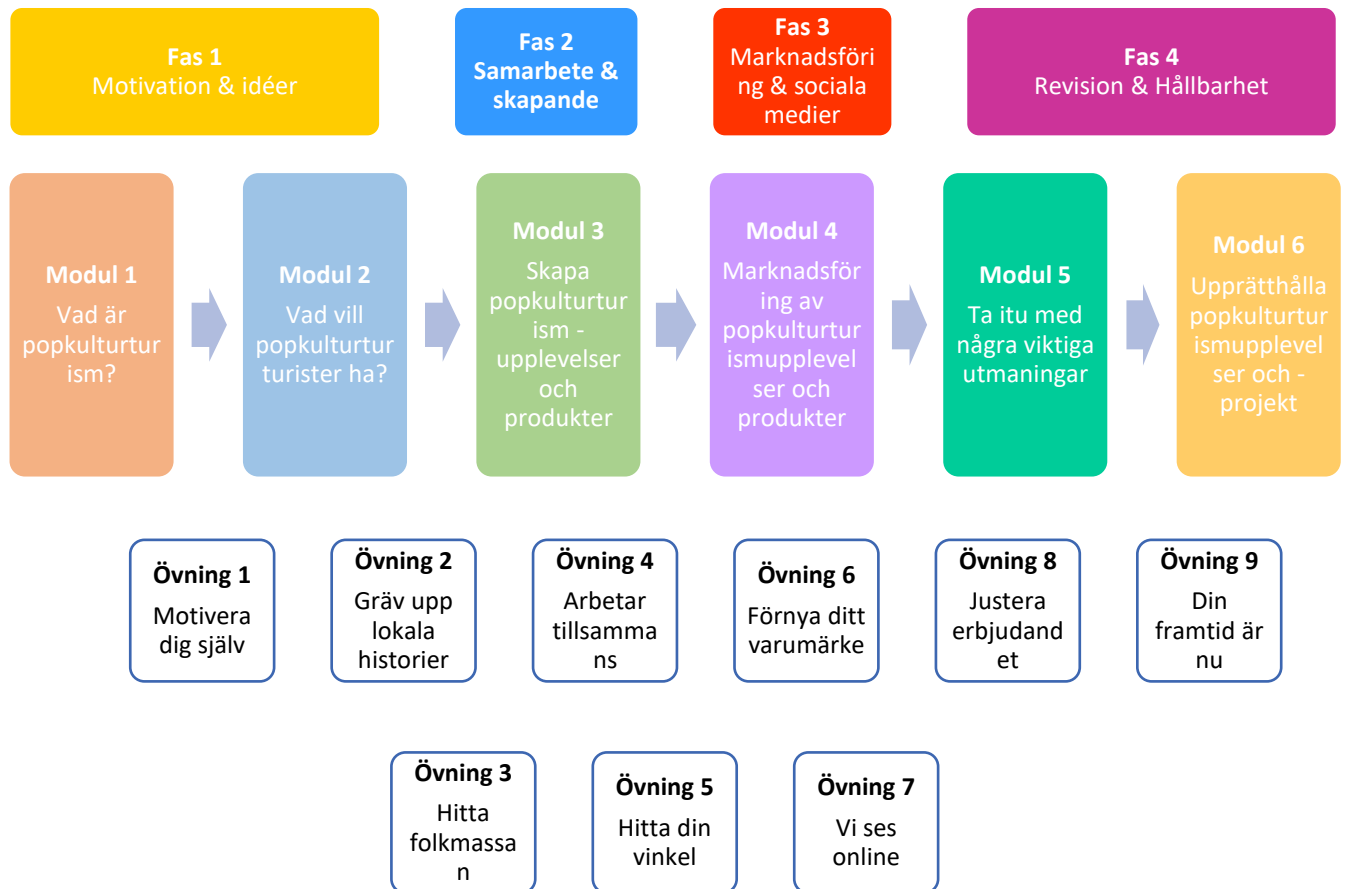
Kursöversikt och faser

Det centrala materialet i kursen är PowerPoints med sex moduler, som ger allt du behöver veta om popkulturturism. Kopplat till modulerna finns ytterligare nio övningar som gör att deltagarna kan applicera materialet på sin egen verksamhet/region. Varje aktivitet kommer med en Word-mall och levereras med denna pedagogguide.

Tillsammans utgör modulerna och övningarna fyra faser som sammanfattar kursens innehåll och syfte:-

Fas 1	Motivation & idéer	<ul style="list-style-type: none"> • Definitioner och motiveringar. • Hitta motiv och argument för popkulturturism. • Gräv upp lokala möjligheter. • Analysera målgrupper och incitament.
Fas 2	Samarbete & Skapande	<ul style="list-style-type: none"> • Samarbete och partnerskap. • Skapa popkulturturismupplevelser och utforska kommersiella tillämpningar. • Affärsmöjligheter och mervärde.
Fas 3	Marknadsföring och sociala medier	<ul style="list-style-type: none"> • Varumärke och marknadsföring. • Motiv för popkulturturister. • Använda sociala medier för att få kontakt med fandomgemenskaper online.
Fas 4	Revision & Hållbarhet	<ul style="list-style-type: none"> • Utmaningar, möjliga lösningar och koncept för att planera ditt popkulturturismerbjudande. • Hållbar turism, tillväxtstrategier och samhällsturism.

OUTPACE-kursöversikten kan ses i vårt procedurflödesschema:



Leverans och metodik

OUTPACE-kursen är full av visuella exempel och framgångsrika metoder att lära av och inspireras av. Dessutom visar de upp möjligheter och breddar och fördjupar deltagarnas förståelse för vad popkulturturism är och kan vara.

En av de viktigaste rollerna för dig som tränare är att vägleda deltagarna i att tillämpa alla dessa lärdomar i sin lokala miljö. I denna process är övningarna dina främsta verktyg. Övningsmallarna innehåller instruktioner och frågor som hjälper dig att navigera från allmänna take-aways till praktiska tillämpningar och konkreta resultat, som tydligt framskrider under kursen.

Modulära PowerPoint-presentationer är dina främsta verktyg för kunskapsöverföring och inspirerande lärande. Deltagarna kan relatera till kända exempel och tillgodogöra sig en grundläggande förståelse av –popkulturturism som ett fenomen. Men lika viktigt är att detta material kommer generera innovativt tänkande och kreativa processer i deltagarnas medvetande.

En avgörande del av OUTPACE-kursen är Ideation – en aktivitet eller situation där du fokuserar på den kreativa utvecklingsprocessen. Detta är en vital del av Fas 1 men

samtidigt något att tänka på under hela kursens längd. Idébildning handlar i detta sammanhang om att tänka fritt och innovativt och att hålla ett öppet sinne. Detta gör det möjligt för deltagarna att uppfatta nya möjligheter och innovationer utifrån befintligt arbete och gå från idéer och koncept till utveckling och implementering.

Att leverera kursmaterialet i olika miljöer är mycket kontextuellt och beror på många variabler. Till exempel vilka är deltagarna, vilka organisationer de representerar, hur gamla de är, hur länge har de arbetat inom turistnäringen, är de fysiskt närvarande eller arbetar online osv.

I allmänhet föreslår vi samma metodik när du tränar offline och online. Naturligtvis finns det omständigheter där en kontinuerlig fysisk närvaro är värdefull och att rekommendera för denna kurs. Men det finns också fördelar med onlineutbildning.

I ett fysiskt seminarium eller klassrum kan interaktionen vara mer dynamisk, direkt och flexibel för situationen. Som ett resultat kan arbetsgrupper lättare ändras, nya perspektiv fångas snabbare och idéer sprids mer effektivt inom gruppen.

Online- eller distansutbildning har möjligheten att föra samman människor från när och fjärran, vilket kan leda till meningsfulla och oväntade utbyten. Att dela erfarenheter och idéer är en integrerad del av kursen, och digitala verktyg kan öka vår räckvidd för ny input.

Allmänna rekommendationer:

- upprepade gruppdiskussioner med roterande grupper för ett levande utbyte
- ge tid mellan passen för att arbeta hemma med olika uppgifter från övningarna
- involvera utomstående personer med lokal anknytning för att inte förbise möjligheter
- använd stora projektorer för att dra full nytta av bilderna, filmerna och andra visuella hjälpmedel i materialet
- följ kursen i modulernas ordning men anpassa vid behov

Föreslagna kursleveransmodeller

Varje modul består av en PowerPoint-presentation om ämnet och en uppsättning extra resurser och övningar samt fallstudier. När du håller kursen rekommenderar vi därför att du läser och tittar igenom materialet innan du börjar och följer modulerna i föreslagen ordning så långt det är möjligt.

Modellerna är exempel på hur du lägger upp din träning – anpassa dig efter behov i ditt sammanhang. Den bygger på två olika tidsramar: en 2-veckors intensivkurs med lektioner varje dag och en 6-veckorskurs med 1-2 lektioner per vecka. Den förstnämnda kan vara i ett klassrum och den senare online.

2 veckors intensiv klassrumskurs

Kursen beskrivs som att den genomförs i en klassrumsmiljö men kan anpassas på en arbetsplats, lokal träningsmiljö eller online.

Den korta intensivkursen är planerad att ges varje dag i tio dagar. Den dagliga träningen på 5 timmar per dag delas upp som ett dubbelpass på 2x2 timmar med ett långt uppehåll på minst en timme. Du kan till exempel ha ett pass på morgonen och det andra efter lunch.

Det första passet per dag är en föreläsning utifrån angiven PowerPoint, och den andra är grupparbete utifrån övningsmallen. När en modul anges två dagar kan föreläsningarna därmed omfatta halva PowerPointen var och en av dessa dagar.

	Mån	Tis	Ons	Tors	Fre
<i>Vecka 1</i>	Lektion 1 Modul 1 Övning 1	Lektion 2 Modul 2 Övning 2	Lektion 3 Modul 2 Övning 3	Lektion 4 Modul 3 Övning 4	Lektion 5 Modul 3 Övning 5
<i>Vecka 2</i>	Lektion 6 Modul 4 Övning 6	Lektion 7 Modul 4 Övning 7	Lektion 8 Modul 5 Övning 8	Lektion 9 Modul 6 Övning 9	Lektion 10 Summering & framtid

Utbildaren bör vara föreläsare, workshopledare och mentor för deltagare under enskilt och gemensamt arbete samt mellan sessionerna.

En kurs kan innehålla ca. 15-20 deltagare, beroende på sammansättning (se mer under Övningar och grupparbete nedan). *Den intensiva kursen*

Deltagarna kan studera det tryckta eller digitala PowerPoint-materialet mellan passen och arbeta med sina gruppövningar.

Efter ca två månader är det uppföljningstillfällen med alla deltagare, 2-4 timmar beroende på antal deltagare. Där kommer grupperna eller individerna att presentera vad de har gjort sedan kursen och dela med sig av sina erfarenheter.

6 veckors onlinekurs på deltid

Kursen beskrivs som att den genomförs online men kan anpassas i ett klassrum, en arbetsplats eller en lokal offentlig utbildningsmiljö.

Deltidskursen online är planerad att ha utbildning 1-2 gånger i veckan under sex veckor. Varje vecka representerar 1 modul i kursen, med angränsande 1-2 övningar. På

träningsdagar är det ett dubbelpass på 2x2 timmar med paus emellan. Du kan till exempel ha sessionerna på kvällen.

Det första passet per dag är en föreläsning utifrån PowerPointen, och den andra är grupparbete med övningsmallen. På veckor med två utbildningsdagar kan föreläsningarna alltså omfatta halva PowerPointen varje dag.

	Mån	Tis	Ons	Tors	Fre
<i>Vecka 1</i>		Lektion 1 Modul 1 Övning 1			
<i>Vecka 2</i>		Lektion 2 Modul 2 Övning 2		Lektion 3 Modul 2 Övning 3	
<i>Vecka 3</i>		Lektion 4 Modul 3 Övning 4		Lektion 5 Modul 3 Övning 5	
<i>Vecka 4</i>		Lektion 6 Modul 4 Övning 6		Lektion 7 Modul 4 Övning 7	
<i>Vecka 5</i>		Lektion 8 Modul 5 Övning 8			
<i>Vecka 6</i>		Lektion 9 Modul 6 Övning 9		Lektion 10 Summering & framtid	

Utbildaren bör vara föreläsare, workshopledare och mentor för deltagare under enskilt och gemensamt arbete samt mellan sessionerna.

En kurs kan innehålla ca. 15-20 deltagare, beroende på sammansättning (se mer under Övningar och grupparbete nedan). *Den intensiva kursen*

Deltagarna kan studera det tryckta eller digitala PowerPoint-materialet mellan passen och arbeta med sina gruppövningar.

Efter ca två månader är det uppföljningstillfällen med alla deltagare, 2-4 timmar beroende på antal deltagare. Där kommer grupperna eller individerna att presentera vad de har gjort sedan kursen och dela med sig av sina erfarenheter.

Tränar olika deltagare

Kursen vänder sig till alla sektorer och yrken inom turism och angränsande branscher. Detta inkluderar entreprenörer, offentliga tjänstemän, regionala och affärsutvecklare och studenter. Dessutom kommer många att dra nytta av popkulturers turismutvecklingsutbildning, inklusive små turism- och tjänsteföretag, utbildningsinstitutioner, branschorganisationer, regionala myndigheter och lokala samhällen. Olika deltagare kommer med varierande erfarenheter, färdigheter och förväntningar och kan kräva lite olika träningsmetoder. Lokala behov kan också göra det nödvändigt att skraddarsy din leverans efter dessa specifika omständigheter.

Den varierande bakgrunden bland deltagarna är en faktor att tänka på när du planerar din träning. Vad har de gemensamt och vad skiljer dem åt? Naturligtvis är deras utbildning, yrke och organisation väsentliga. Men kanske ännu mer kritisk är deras nuvarande yrkesroll och tankesätt.

Befintliga researrangörer och företag som vill börja arbeta med popkulturturism är en viktig grupp. Dessa yrkesmän är erfarna och vet hur de ska hantera och utveckla sina verksamheter i allmänhet. De kommer att behöva extra fokus på popkulturtrender och möjligheter och kan fördjupa sig ytterligare i detaljerna och teknikaliteter. Vanligtvis kan du förvänta dig att de snabbt ska gå igenom kursen och börja använda materialet för att tillämpa det på sina möjligheter och behov.

Turism SMF och entreprenörer kan dra nytta av en väldefinierad och fysisk klassrumsmiljö med kontinuitet. Detta möjliggör ett dynamiskt utbyte av idéer och erfarenheter och underlättar innovation. Detta är ännu viktigare i en geografiskt homogen grupp från samma region eller ort, som har stor vinst på att inleda samarbete för framtida synergier.

Offentliga tjänstemän och regionala utvecklare inom turistnäringen är andra huvudmål för kursen. Huvudinnehållet, inklusive övningar, fungerar lika bra för dessa deltagare och företag, medan vissa behov är olika. Även om entreprenörer kan ha ett genuint intresse för sitt samhälle och sin lokala miljö, är detta den första och främsta prioriteten för offentliga företrädare. Offentliga tjänstemän har särskilda bekymmer och möjligheter som är förankrade i lokala och/eller regionala frågor och tjänar det gemensamma bästa.

Hållbarhet är en sådan fråga och en fråga att uttryckligen betona. Påverkan på lokala miljöer måste ges gott om tid att diskutera, liksom engagemang från lokalsamhällen och invånare. Samtidigt kan offentliga företrädare ge ett lokalt perspektiv som kan vara mycket fruktbart för att utveckla nya turismupplevelser. Kunskap om närmiljö och historia är avgörande för att hitta nya möjligheter.

En blandad bakgrund bland kursdeltagare kan vara mycket produktiv. Att till exempel ha entreprenörer som arbetar tillsammans med lokala offentliga tjänstemän för att utveckla en plats eller destination ger olika perspektiv och kompetenser och kan täcka många frågor och väcka idéer i denna korsväg mellan erfarenheter och yrken.

Vi föreslår att du aktivt sätter samman grupper för att kursen ska bli så fruktbar som möjligt, beroende på sammansättning och lokala sammanhang. Undvik konkurrerande företag och inkludera den kompletterande typen av organisationer.

Övningar och grupparbete

Det finns en gemensam struktur bakom övningarna (1-9) som kort förklaras här.

Övningarna är utformade för att lära dig kursens teman och ämnen samtidigt som du tillämpar detta på ditt företag och din region. Syftet är att skapa dina egna popkulturturismupplevelser, ha en tydlig progression genom hela kursens omfattning och inkludera några av de primära lärandeämnena i modulerna. Resultatet av grupparbetet kommer att vara ett preliminärt utkast till hur man kan dra nytta av popkulturturismens möjligheter efter kursen.

Övningarna är utformade för grupparbete med ca. 2-4 personer per grupp. Grupperna ska ha kontinuitet under hela kursen, d.v.s. ha samma gruppmedlemmar i alla övningar, då ni kommer att arbeta med er popkulturturismutveckling tillsammans. Detta bör beaktas när du väljer dina grupper. Du kan också göra övningarna individuellt, efter behov och godkännande av dig som tränare.

Det är också önskvärt att blanda ihop grupperna för nya idéer och nya perspektiv. Detta kan göras under kursen när det är lämpligt, och du bör inkludera byte av gruppmedlemmar i ditt träningsupplägg. Kom också ihåg att låta deltagarna fortsätta arbeta med övningarna mellan sessionerna om de skulle behöva och vill göra det.

5. Kursmoduler – innehåll och övningar

PowerPoint-moduler

Varje OUTPACE-modul består av en central PowerPoint om ämnet med exempel, PDF/webblänkar/videor och en uppsättning extra resurser, uppgifter och övningar. Det finns sex moduler i kursen. Varje modul är uppdelad i fem lärandeämnen.

Det finns gott om exempel på popkulturturism, inspirerande bakgrund, framgångsberättelser och praktisk vägledning. Invävt i detta är användbara fakta, tips, videor och andra takeaways, inklusive statistik och fakta som ger en motivering för marknadsföring och hur popkulturturism utgör ett kraftfullt verktyg för utveckling och innovation.

Ett centralt och återkommande tema är hur du kan använda olika aspekter, perspektiv och metoder för popkulturturism för att få ditt eget specifika företag eller region att växa.

I slutet av varje modul finns länkar till relevanta nyckelkällor och resurser för vidare läsning, t.ex. nyhetsartiklar, böcker etc.

Nedan finns modultitlarna och en översikt över varje modul och dess innehåll.

Först en lättsam uppdelning av modulerna:

Modul 1	Vad är popkulturturism?	Du börjar med att lära dig vad popkulturturism är och hur den kan användas för att få ditt företag växa.
Modul 2	Vad vill popkulturturister ha?	Nu är det dags att ta reda på vad popkulturturister vill ha?!
Modul 3	Skapa popkulturturismupplevelser och -produkter	Det är dags att tänka på att skapa din egen popkulturturismupplevelse eller produkt.
Modul 4	Marknadsföring av popkulturturismupplevelser och produkter	Men hur ska du få folk att bli entusiastiska över din popkulturturismupplevelse eller produkt? Det är dags att tänka på marknadsföring!
Modul 5	Ta itu med några viktiga utmaningar	Det kommer inte att bli en lugn segling hela vägen igenom; du kommer att ha några utmaningar att navigera!
Modul 6	Upprätthålla popkulturturismupplevelser och -projekt	Du har kommit långt men har fortfarande en bit kvar; det är dags att så lite frön för strategisk planering och hållbar utveckling.

Modul 1 – Vad är Popkulturturism?

MODULE 1 CONTENTS

1

WHAT IS POP CULTURE TOURISM?

2

FILM AND TV INSPIRED TOURISM

3


MUSIC TOURISM

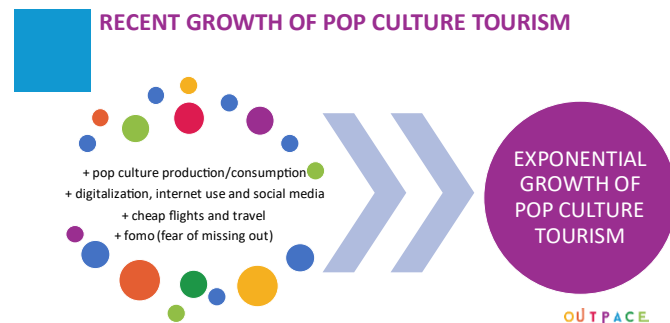
4

LITERARY TOURISM

5

COSPLAY, VIDEO GAMES and more.

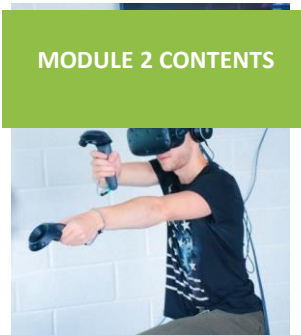




Modul 1	Vad är popkulturturism?
Översikt	<p>Den första modulen förklarar grunderna för popkulturturism och dess stora möjligheter. Sedan presenterar den olika popkulturgenrer som genererar turism, såsom film, tv, musik, litteratur och videospel.</p> <p>Modulen ger olika välkända och samtida exempel på popkulturturism i varje kategori och från olika länder.</p> <p>Användbara fakta och informativa videor förklarar varför och hur popkulturturism verkligen är ett kraftfullt verktyg för utveckling.</p>
Modul 1 Innehåll – Lärande ämnen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vad är popkulturturism? 2. Film- och tv-inspirerad turism 3. Musikturism 4. Litterär turism 5. Cosplay, tv-spel och mer
Läromål	<p>I slutet av denna modul kommer du att kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förstå karaktären och användbarheten av popkulturturism • Se olika framgångsrika exempel för inspiration och vägledning • Förklara den inneboende innovationskraften och motivera andra
Lista av exempel	<ul style="list-style-type: none"> • Här är en lista med exempel och visuellt innehåll i denna modul: Harry Potter • Game of Thrones • Sound of Music • Star Wars • Beatles • Justin Bieber

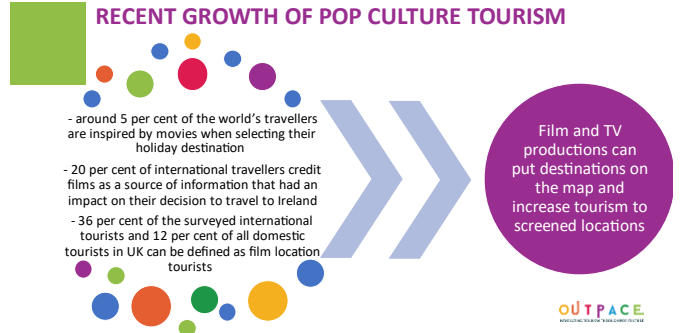
	<ul style="list-style-type: none"> • Dracula • Cosplay • Assassin's Creed
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 1: Motivera dig själv</p> <p>Vi börjar arbeta med att tillgodogöra oss ny kunskap och perspektiv genom att hitta och testa argument för användandet av popkulturturism i ditt företag/din region. Vad är din lokala motivering?</p> <p>Försök i grupper om tre att övertyga varandra varför ni ska börja jobba med popkulturturism idag. En argumenterar, en ställer frågor och den tredje lyssnar och kommenterar. Gör det tre gånger och turas om att prova alla roller. Se till att ge varandra feedback.</p> <p>Några aspekter att ta hänsyn till är ditt val av ord, lokala referenser och möjligheter samt kopplingar till aktuella trender.</p> <p>I slutet av övningen bör din grupp komma överens om två till tre huvudargument och hur man uttrycker dem tydligt.</p>

Modul 2 – Vad vill Popkulturturister ha?



MODULE 2 CONTENTS

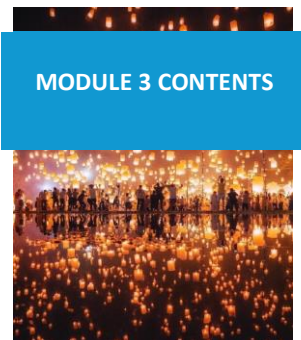
- 1 WHO ARE POP CULTURE TOURISTS AND WHAT DO THEY WANT?
- 2 LOCATION TOURISM
- 3 IMMERSIVE/ACTIVE EXPERIENCES
- 4 EMOTIONAL ESCAPES
- 5 FANDOM CONNECTIONS



Modul 2	Vad vill popkulturturister ha?
Översikt	<p>I den här modulen fördjupar vi oss i popkulturturisters behov, förväntningar och preferenser. Vad motiverar dem?</p> <p>Genom exempel och statistik undersöker vi turisters passioner, platser, känslomässiga och uppslukande upplevelser, fan-baserade lojaliteter och andra faktorer som kan få turister att resa längre och spendera mer.</p> <p>Ämnen för att utveckla turistorter och samarbeta med de kreativa industrierna (t.ex. filmindustrin) diskuteras i fyra fallstudier. Och vi tittar på hur digitala och uppslukande medier (t.ex. VR och AR) kan hjälpa till att överbrygga avstånd och möjliggöra minnesvärda upplevelser.</p>
Modul 2 Innehåll – Lärande ämnen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vilka är popkulturturister och vad vill de ha? 2. Plats turism 3. Uppslukande/aktiva upplevelser 4. Känslomässiga flykter 5. Fandom-kopplingar
Läromål	<p>I slutet av denna modul kommer du att kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förstå olika målgrupper och deras motivation • Identifiera faktorer och incitament som driver popkulturturism • Hitta kopplingar mellan lokala möjligheter och fandom-gemenskaper • Utveckla din destination genom partnerskap med kreativa industrier • Arbeta med digitala och uppslukande medier för att förbättra upplevelser
Lista av exempel	<ul style="list-style-type: none"> • Här är en lista med exempel och visuellt innehåll från denna modul: • Chernobyl tour

	<ul style="list-style-type: none"> • Pirates of the Caribbean • Harry Potter • Paddington • James Bond • Crocodile Dundee • Breaking Bad • ABBA • Hollywood • The British Museum • L'Atelier des Lumières • Marvel comics
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 2: Gräv upp lokala berättelser</p> <p>Det här handlar om din plats och att utforska vad ditt närområde har att erbjuda. Vilka är dina tillgångar och resurser, och hur kan du koppla detta till popkulturella referenser?</p> <p>Tänk fritt och gör en inventering av lokal historia, kulturella traditioner och popkulturreferenser i din region. Börja med det du har och arbeta nerifrån och upp utan att censurera – alla ledtrådar, associationer och detaljer kan visa sig vara fruktbara. Använd dina passioner, intressen och popkulturella favoriter, var kreativ och följ upp dina idéer.</p> <p>Du kan också ta en virtuell promenad i ditt område. Använd Google, Google Maps eller Google Earth och utforska ditt områdes omgivning.</p>
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 3: Lokalisera folkmassan</p> <p>Att identifiera sig med kulturella drag som en berättelse, karaktär, skådespelare, plats eller fantasi ger starka incitament för popkulturturister. Här kommer du att träna på att hitta nya målgrupper utifrån berättelser, passioner, platser och samhällen i en gränslös och global bakgrund.</p> <p>Utifrån den tidigare övningen om lokala berättelser och vad du har att bygga vidare på kommer du att fråga dig vilka motiv bland potentiella turister du kan knyta an till?</p> <p>Kom ihåg att din möjliga upptagningsarena är hela världen!</p>

Modul 3 – Skapa Popkulturturismupplevelser och -produkter



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?



Modul 3	Skapa Popkulturturismupplevelser och -produkter
Översikt	<p>Denna modul handlar om hur du skapar dina egna popkulturturismupplevelser. Det handlar om att hitta partnerskap för utveckling och innovation i processer och produkter, som bygger på ett brett utbud av exempel som ger inspirerande turistupplevelser.</p> <p>Vi arbetar med hur man identifierar relevanta intressenter, inklusive exempel på framgångsrikt samarbete. Vi undersöker vad toppdestinationer inom popkulturen har att erbjuda och vad som kan förklara deras framgång. Och vi diskuterar hur du kan vara kreativ och hitta din vinkel i din lokala miljö.</p> <p>Att arbeta tillsammans med de kreativa industrierna, särskilt producenter av film, tv, litteratur och spel, kan vara knepigt. Detta är ett ämne som utforskas i en övning.</p>
Modul 3 Innehåll – Lärande ämnen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vad behöver du för att vara en popkulturturismfrämjare? 2. Popkulturturismmöjligheter i din region och mer 3. Popkulturturismupplevelser för korta vistelser 4. Popkulturturismupplevelser för långa vistelser 5. Andra popkulturturismfestivaler och evenemang
Läromål	<p>I slutet av denna modul kommer du att kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förstå vad som gör toppdestinationer attraktiva • Identifiera och börja samarbeta med nyckelintressenter • Särskilja lokala möjligheter att bygga vidare på • Utveckla dina egna popkulturella turistupplevelser
Lista av	Här är en lista med exempel och visuellt innehåll som tillhandahålls i denna

<p>exempel</p>	<p>modul:</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 area • Iceland and Hollywood • Litauen och Netflix (Chernobyl, Stranger Things) • UK, London och Nordirland • Stockholm/ABBA • Kort och lång vistelse exempel • Festivaler och events
<p>Övningar & aktiviteter</p>	<p>Övning 4: Att arbeta tillsammans</p> <p>Den här övningen handlar om hur man identifierar intressenter att samarbeta med. Popkulturturism involverar många aktörer, och vi måste hitta de som är relevanta, tillgängliga och kan. Vem är till exempel ansvarig för turismen i din region? Vem kan bidra till att förverkliga och förverkliga dina idéer och mål?</p> <p>Intressenter kan ha mycket olika incitament för samarbete, beroende på arten och syftet med deras organisation.</p> <p>Vi tillhandahåller en mall att använda i arbetet med att identifiera och analysera intressenter. I detta ingår att kartlägga deras motiv och formulera samarbetets potentiella karaktär.</p> <p>Du arbetar i små grupper, och målet med övningen är att välja ut tre huvudintressenter för att bilda partnerskap med eller utveckla befintliga samarbeten och börja planera utbytesformer.</p>
<p>Övningar & aktiviteter</p>	<p>Övning 5: Hitta din vinkel</p> <p>Vilken typ av upplevelser – platser, produkter, tjänster, aktiviteter – har din destination och din lokala region att erbjuda relaterade till popkultur?</p> <p>Vi diskuterar värderingar förknippade med olika erfarenheter och kommersiella tillämpningar som är relevanta för olika kategorier av produkter. Slutligen tillhandahåller vi en mall med en lista med tolv olika typer där du kan dra nytta av popkulturen.</p> <p>Du kommer att gå igenom listan i par och diskutera kategorierna, skriva ner idéer och koncept. Sedan väljer du de kategorier som är mest relevanta för dig och utvecklar möjligheter.</p>

Modul 4 – Marknadsföra Popkulturturismupplevelser och -produkter




- 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



Module 4	Marketing Pop Culture Tourism Experiences and Products
Översikt	<p>I den här modulen lär vi oss mer om popkulturturisters motiv och behov och hur vi anpassar våra marknadsföringsinsatser. Det handlar om att koppla till de starka känslorna, delade identiteter och fanlojaliteter som uttrycks i popkulturen, och dra nytta av att fokusera på platser och fandomsdetaljer.</p> <p>Att bygga ett varumärke inom popkulturturism innebär att man använder sociala medier, utforskar popkulturens fandom, förstår onlinetegemenskaper och användargenererat innehåll och drar nytta av influencers och okonventionell marknadsföring. Dessutom innebär det att uppfatta popkulturgemenskaper som medskapare av upplevelser när de utbyter berättelser före, under och efter resor.</p> <p>I modulen ingår tre aktiviteter för att arbeta aktivt med centrala teman – sociala medier, gerillamarknadsföring och brainstorming om varumärkesbyggande. Aktiviteterna bygger på modul 3 om partnerskap och lokala erbjudanden och lämpar sig för grupparbete i klassrummet.</p>
Modul 4 Innehåll – Lärande ämnen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Varför behöver popkulturturism särskild marknadsföring 2. Bygg ditt varumärke för popkulturturism 3. Utnyttja kraften i popkulturfandomen 4. Spotlight på användargenererat innehåll 5. Kändis- och influencemarknadsföring
Läromål	<p>I slutet av denna modul kommer du att kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inse popkulturturisters motiv och behov • Börja utveckla ett lokalt varumärke inom popkulturturism • Få kontakt med de starka känslorna från fandom och onlinetegemenskaper • Använd digital marknadsföring genom sociala medier och

	användargenererat innehåll
Lista av exempel	<p>Här är en lista med exempel och visuellt innehåll i denna modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thetravelergene på TikTok • Liverpool Peaky Blinders Bar • Draiocht House i Roscommon • Popkulturkonventioner och festivaler • Vagabrothers YouTube-kanal • Australia Tourism Board • Game of Thrones gerillamarknadsföring
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 6: Förnya ditt varumärke</p> <p>En brainstorming för att undersöka och etablera ditt unika varumärke. Hur vill du att ditt företag eller din region ska uppfattas av dem som upplever det - dina popkulturturister? Detta inkluderar de produkter, tjänster och lösningar som du tillhandahåller. Du kommer att arbeta för att hitta viktiga fördelar, unika försäljningsargument och associationer som genomsyras av ditt varumärke.</p>
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 7: Vi ses online</p> <p>Den sociala dimensionen är en integrerad del av popkulturturism-upplevelser. Det utbredda utbytet av erfarenheter genom sociala medier – före, under och efter – ger omfattande möjligheter att få kontakt med fandomgemenskaper online. I andra fall är upplevelsen helt digital. Så hur känner vi igen och bygger vidare på det som sker online och digitalt?</p>


Modul 5 – Ta itu med några viktiga utmaningar




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 Covid19.



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.

Modul 5	Ta itu med några viktiga utmaningar
Översikt	<p>Medan Covid-pandemin har decimerat turistindustrin, erbjuder den en möjlighet att tänka om och planera framåt. Den här modulen kommer att hjälpa till att hantera utmaningar genom att utforska implikationer och lösningar.</p> <p>Regenerativ turism är ett tillvägagångssätt som kan tillhandahålla lösningar, skapa mervärde och ge hållbarhet till destinationer. Här ger vi fem steg för att kombinera förnyelse med popkulturturism och vägledande principer, inklusive UNWTO:s riktlinjer.</p> <p>Vi diskuterar "överturism" (en plötslig ökning av besökare) som är specifik för popkulturturism med exempel och hur man hanterar den och tittar på principerna för ekoturism och vad den kan erbjuda.</p> <p>Slutligen presenterar modulen fördelarna med virtuell turism och onlineturer. Uppslukande turer och VR växer på grund av enorm potential, inte minst för att motverka nedgången i resor, och har stor potential.</p>
Modul 5 Innehåll – Lärande ämnen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Covid 19 och turism 2. Att göra popkulturturismen förnyande och hållbar 3. Popkultur överturism – Biebereffekten, Frozeneffekten, etc. 4. Spotlight på ekoturism 5. Kommersialisering av virtuella turismupplevelser
Läromål	<p>I slutet av denna modul kommer du att kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ta itu med aktuella utmaningar inom turism och planera framåt • Använd regenerativ turism som ett verktyg för hållbar innovation • Tillämpa förebyggande åtgärder och ekoturism för att hantera överturism

	<ul style="list-style-type: none"> • Utveckla virtuella turismlösningar och skapa innehåll för uppslukande turer
Lista av exempel	<p>Här är en lista med exempel och visuellt innehåll i denna modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besök Flanderns regenerativa turistpolitik • Barcelona fallstudie • Biebereffekten på Island • Frozen-effekten i Österrike och Norge • Star Wars-effekten på Irland • Virtuella turer för tjejresor • Dubrovnik live cam vandringsturer • Hemlagad mat och kul • Virtuellt rundtur i badet • Frankfurts gamla stads VR-turné • National Geographic Utforska Oculus Quest • Livestreamfestivaler
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 8: Justera ditt erbjudande</p> <p>Denna övning kommer att göra det möjligt för dig att anpassa idéer och planer som beskrivits tidigare för att möta de utmaningar du står inför. Först ut är att identifiera dina huvudsakliga utmaningar. Sedan diskuterar vi vad och hur du kan justera. Kan till exempel begreppen regenerativ turism, ekoturism, virtuell turism eller samhällsturism (se nästa modul) erbjuda verktyg för dig att arbeta med? Den medföljande mallen hjälper oss att kartlägga utmaningar och analysera möjliga lösningar steg för steg.</p>

Modul 6 – Upprätthålla popkulturturismupplevelser och -projekt

MODULE 6 CONTENTS



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, 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.

Modul 6	Upprätthålla popkulturturismupplevelser och -projekt
Översikt	<p>Vad är hållbar turism, och varför är det viktigt? I modul 6 svarar vi på detta genom att arbeta med definitioner, affärstillväxtmodeller, regionalt samarbete och främjande samt samhällsturism.</p> <p>En central fråga är hur man underlättar tillväxt som varar, och vi tillhandahåller en lista med fem huvudsakliga take-aways för ditt företag och din region att överväga.</p> <p>Att investera i ett övergripande perspektiv och regionalt samarbete kommer att ge många fördelar och attrahera utländska besökare. Vi engagerar oss i detta ämne och vad du ska tänka på när du marknadsför din destination. Vi presenterar toptips för att göra din popkulturturism till en del av ett regionalt varumärke.</p> <p>Samhällsturism handlar om att ge lokalbefolkningen möjlighet att delta aktivt i utvecklingen samtidigt som man främjar respekt för sociala och naturliga miljöer. Vi utforskar hur man skapar värde för samhället och din destination kan vara ömsesidigt förstärkande. Modulen introducerar och länkar till Community Tourism Tool Kit, med ytterligare praktiska tips och verktyg.</p> <p>Vi avslutar med tips om hur du förbereder dig för att ta vara på stigande möjligheter, med två övningar om hur du arbetar med ditt regionala varumärke och med en checklista för ständiga förbättringar.</p>
Modul 6 Innehåll – Lärande ämnen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Upprätthålla popkulturturism – en översikt 2. Varaktig tillväxt för din popkulturturismverksamhet 3. Fördelarna med att vara en del av ett starkt regionalt och hållbart varumärke/främjande av popkulturturism 4. Fokus på samhällsturism

	5. Förberedelser för framtida popkulturturismmöjligheter
Läromål	<p>I slutet av denna modul kommer du att kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analysera din ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan • Skapa varaktig tillväxt för ditt företag och/eller din region • Utveckla regionalt samarbete och främja ditt regionala varumärke • Närma dig, engagera och samarbeta med ditt lokala samhälle • Var bättre förberedd för att få ut det mesta av de växande turistmöjligheterna • Tillämpa olika metoder och verktyg för att främja och öka hållbarhet
Lista av exempel	<p>Här är en lista med exempel och visuellt innehåll i denna modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hobbitinspirerad miljövänlig turism • Nordirland och Game of Thrones • The Doors (Turism Nordireland och Turism Ireland) • Skellig Michael i Irland • Dubrovnik och King's Landing • The Quiet Man, film från 1952 och irländsk stad • #ForeverEdinburgh – en marknadsföringskampanj • Var är Vilnius – en marknadsföringskampanj • Musikturism i Sverige • The Fable Bar, Storbritannien
Övningar & aktiviteter	<p>Övning 9: Din framtid är nu</p> <p>Hur integrerar vi hållbarhet i vår planering? Vi kommer att undersöka och identifiera den ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan som ditt företags- och popkulturturismkoncept innebär i din region. Vi kommer att utforska hur omfattning av förändring och ny teknik kan förbättra varaktig tillväxt. Och vi kommer att diskutera timing för att dra nytta av regionala möjligheter.</p>

Ytterligare övningar och mallar

Kursen består av nio övningar som följer modulernas teman och lärandeämnen. Varje modul innehåller en eller två övningar med tydlig progression och som bygger vidare på de tidigare. Övningarna är utformade för att deltagarna ska fördjupa sig i några av de centrala delarna av kursmaterialet genom att tillämpa lärdomarna och de viktigaste take-aways på sin egen verksamhet och region, och omvandla teori till praktik.

För varje övning finns en mall med en kort introduktion och tydliga instruktioner om hur du ska utföra arbetet, inklusive en detaljerad tabell för att utföra övningen. Observera att en del av informationen endast finns i tabellerna och inte i texterna.

Övningar kommer att tillåta deltagarna att börja utveckla sina egna popkulturturismupplevelser, steg för steg. Dessutom hjälper de till att utforska praktiska lokala affärsmöjligheter och bygga på lokala tillgångar och incitament för innovativ utveckling.

Här är övningarna med korta beskrivningar. Se moduluppdelningarna, övningsmallarna för mer information, samt leveransramverket och metodiken för övergripande metoder och praxis.

Övning 1	Motivera dig själv	Vi börjar tillgodogöra oss ny kunskap och perspektiv genom att hitta och testa argument för användandet av popkulturturism i ditt företag/din region. Vi turas om och ger varandra feedback. Vad är din lokala motivering?
Övning 2	Gräv upp lokala historier	Popkulturturister kan övervinna nästan alla hinder för sina favorithistorier. Det här handlar om plats - vad ditt närområde erbjuder och hur du kan få kontakt med popkulturella referenser. Tänk fritt och gör en inventering av lokal historia, kulturella traditioner och popkulturreferenser. Börja med det du har och använd din fantasi.
Övning 3	Hitta folkmassan	Att identifiera sig med kulturella drag som en berättelse, karaktär, skådespelare, plats eller fantasi ger starka incitament för popkulturturister. Du kommer att träna på att hitta nya målgrupper utifrån berättelser, passioner, platser och gemenskaper. Vilka motiv kan du knyta an till?
Övning 4	Arbetar tillsammans	Den här övningen handlar om hur man identifierar intressenter att interagera med. Vem är ansvarig i din region, vem kan bidra och vilka är deras olika incitament för samarbete? Vi tillhandahåller en mall för att identifiera och analysera intressenter och börja göra planer för partnerskap.
Övning 5	Hitta din vinkel	Vilken typ av upplevelser – platser, produkter, tjänster, aktiviteter – har din destination och din lokala region att erbjuda relaterade till popkultur? Vi diskuterar värderingar och kommersiella tillämpningar som är relevanta för tolv olika kategorier där du kan dra nytta av popkulturen.

Övning 6	Förnya varumärke	ditt	En brainstormingsession för att etablera ditt unika varumärke. Hur vill du att din verksamhet eller region ska uppfattas, inklusive produkter, tjänster och lösningar som du tillhandahåller? Vad säger ditt varumärke idag?
Övning 7	Vi ses online		Här undersöker vi popkulturturismens viktiga sociala dimension, möjligheterna som ökar genom sociala medier och fandomgemenskaper online, och rena digitala upplevelser. Detta inkluderar visualisering
Övning 8	Justera erbjudande	ditt	Dags att identifiera dina huvudsakliga utmaningar och anpassa idéer och planer därefter. Kan vi använda verktyg från regenerativ turism, ekoturism, virtuell turism eller samhällsturism? Vi tillhandahåller en mall för att kartlägga utmaningar och analysera möjliga lösningar.
Övning 9	Din framtid är nu		Hur integrerar vi hållbarhet i vår planering? Vi kommer att undersöka din regions ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan, utforska förändringar och ny teknik för varaktig tillväxt, och överväga timing och regionala möjligheter.

SLUTLIGEN uppmuntrar vi utbildare och studenter att berätta allt om din egen popkulturturismutveckling – gå med i konversationen på

www.facebook.com/outpaceeu/

Vi önskar dig all framgång med att leverera OUTPACE OER i dina utbildningsmiljöer.

Om du behöver ytterligare insikter om OUTPACE OER's användning, vänligen kontakta oss.

