



Erasmus+ KA2 project STORIE

Ανάπτυξη των δυνατοτήτων αγροτικών επιχειρήσεων στον σχεδιασμό και προώθηση προϊόντων βιώσιμου τουρισμού με βάση την άυλη πολιτιστική κληρονομιά

Grant Agreement No 2018-1-HU01-KA202-047746

Παραδοτέο 1: STORIE Εκπαιδευτικό Πακέτο

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση αντικατοπτρίζει αποκλειστικά και μόνο τις απόψεις των δημιουργών της και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

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



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|-----------|
| 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 3 |
| 2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑΓΚΩΝ | 3 |
| 2.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ | 3 |
| 2.1. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ | 4 |
| 2. ΔΙΔΑΚΤΕΑ ΥΛΗ | 5 |
| 2.1. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ STORIE | 5 |
| 2.2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | 6 |
| 2.3. ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ STORIE | 6 |
| 3. ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ | 7 |
| 3.1. ΈΝΝΟΙΕΣ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ | 7 |
| 3.2. ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΜΑΘΗΣΗΣ | 9 |
| 3.3. ΧΩΡΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ | 9 |
| 4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ | 10 |

1. Εισαγωγή

Το πρόγραμμα Erasmus + STORIE (2018-2020) στοχεύει στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρών αγροτικών επιχειρήσεων αναπτύσσοντας τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους για το σχεδιασμό και την προώθηση προϊόντων βιώσιμου τουρισμού με βάση την άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Το έργο θα εισαγάγει ένα καινοτόμο πρόγραμμα εκμάθησης και ένα ηλεκτρονικό εργαλείο εκμάθησης, θα διευκολύνει την ανάπτυξη τοπικών επιχειρηματικών κοινοτήτων και θα δοκιμάσει πιλοτικές τουριστικές εμπειρίες στις περιφέρειες των εταίρων.

Η κύρια ομάδα-στόχος του έργου είναι μικρές αγροτικές επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα. Άλλοι δυνητικοί δικαιούχοι του έργου είναι αγροτικές επιχειρήσεις που θα μπορούσαν να εξετάσουν το ενδεχόμενο να συμμετάσχουν στον τουριστικό τομέα ή να συνεργαστούν με την πρωταρχική ομάδα στόχου για την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων: Οι εταίροι του έργου συμπεριλαμβάνουν ενώσεις, οργανισμούς παροχής συμβουλών και διαβούλευσης επιχειρήσεων, εκπαιδευτικά ιδρύματα και φορείς χάραξης πολιτικής.

Το έργο θα αναπτύξει 3 Παραδοτέα:

- O1 - STORIE Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα
- O2 - STORIE Εκπαιδευτικό Εργαλείο
- O3 - STORIE Ενδιαφέροντα και Εμπειρίες

Οι δραστηριότητες που σχετίζονται με το Παραδοτέο 1 έχουν τους ακόλουθους στόχους:

- Προσδιορισμός και ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και μεθοδολογιών για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων και ικανοτήτων μικρών αγροτικών επιχειρήσεων στον τομέα του σχεδιασμού και της προώθησης του τουριστικού προϊόντος και της συνεργασίας,
- Ανάλυση προγραμμάτων κατάρτισης που έχουν αναπτυχθεί προηγουμένως από τους εταίρους του έργου,
- Προσαρμογή των υπάρχοντων προγραμμάτων ώστε να δημιουργηθεί ένα νέο, προσαρμοσμένο πρόγραμμα ειδικά και άμεσα στοχεύοντας στην κάλυψη των ελλείψεων δεξιοτήτων των αγροτικών επιχειρήσεων.

Το παρόν έγγραφο παρουσιάζει μια σύνοψη του Παραδοτέου 1. Η πλήρης έκδοση του Παραδοτέου είναι διαθέσιμη στον ιστότοπο του έργου www.projectstorie.eu.

2. Ανάλυση Αναγκών

2.1. Μεθοδολογία

Η ανάλυση προκαταρκτικών αναγκών πραγματοποιήθηκε στο στάδιο της εφαρμογής του έργου. Πρόσθετη ανάλυση - με έρευνα ερωτηματολογίου και συνεντεύξεις με εκπροσώπους της ομάδας στόχου και των ενδιαφερομένων - πραγματοποιήθηκε σε κάθε χώρα εταίρο, ώστε να διασφαλιστεί ότι τυχόν ενημερώσεις και πρόσφατες ανάγκες θα ληφθούν και θα παράσχουν ουσιαστική συμβολή στην ανάπτυξη του προγράμματος εκμάθησης STORIE.

Η επιτόπια εργασία σε κάθε χώρα του έργου ακολούθησε κοινές κατευθυντήριες γραμμές που αναπτύχθηκαν για το σκοπό αυτό. Η επιτόπια εργασία συνίστατο σε έρευνα ερωτηματολογίου και συνεντεύξεις. Έρευνα ερωτηματολογίου (112 ερωτηθέντες) πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο-Φεβρουάριο και συνεντεύξεις (66 συμμετέχοντες) τον Φεβρουάριο-Μάρτιο του 2019.

2.1. Προσδιορισμός Αναγκών

Η έρευνα και οι συνεντεύξεις στις χώρες εταίρους του STORIE επιβεβαίωσαν τα βασικά ευρήματα της δευτερογενούς έρευνας: οι χώρες-εταίροι της STORIE είναι πλούσιες σε άυλη πολιτιστική κληρονομιά, οι μικρές αγροτικές εταιρείες είναι πρόθυμες να μάθουν και θέλουν να βελτιώσουν τις γνώσεις μάρκετινγκ, τα προγράμματα / πόροι καθώς ο χρόνος τους είναι περιορισμένος, η διαδικτυακή εκπαίδευση είναι αποδεκτή και μερικές φορές προτιμάται, αλλά οι προσωπικές επαφές είναι επίσης σημαντικές με στόχο την παροχή πρακτικής υποστήριξης και την ενθάρρυνση της δικτύωσης και της συνεργασίας των τοπικών εταιρειών.

Πολλά παραδείγματα ενσωμάτωσης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς σε προϊόντα τουρισμού προέκυψαν στις συνεντεύξεις, δείχνοντας ότι η ομάδα-στόχος είναι εξοικειωμένη με την έννοια της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς στον τουρισμό. Αυτά τα παραδείγματα θα μπορούσαν επίσης να χρησιμοποιηθούν στην ανάπτυξη των περιπτωσιολογικών μελετών του σχεδίου.

Τα θέματα που θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν Το Πρόγραμμα Μάθησης STORIE, βασισμένο στην έρευνα ερωτηματολογίου, είναι (με σειρά μεγαλύτερου ενδιαφέροντος):

1. Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα
2. Προϋπολογισμός εμπορίας
3. Συμπεριφορά των καταναλωτών
4. Μίγμα μάρκετινγκ
5. Τεχνικές συνεργασίας
6. Άυλη πολιτιστική κληρονομιά στον τουρισμό
7. Στρατηγική μάρκετινγκ
8. Τμηματοποίηση αγοράς
9. Σχεδιασμός και διαχείριση τουριστικού προϊόντος
10. Στρατηγικές και προσεγγίσεις τιμολόγησης
11. Τεχνικές δημιουργικότητας

Ωστόσο, η διαφορά στο επίπεδο ενδιαφέροντος σε διαφορετικά θέματα είναι πολύ μικρή - αυτή που προσελκύει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επιλέχθηκε από το 57% των ερωτηθέντων και το ποσοστό με το χαμηλότερο επίπεδο ενδιαφέροντος - 45%.

Οι εκπρόσωποι της ομάδας στόχου σε διάφορες χώρες εταίρους που συμμετείχαν στην έρευνα ερωτηματολογίου επέλεξαν διαφορετικά θέματα ως τα πιο ενδιαφέροντα για αυτούς:

- **Ουγγαρία: Σχεδιασμός και διαχείριση τουριστικού προϊόντος.** Στρατηγική μάρκετινγκ; Συμπεριφορά των καταναλωτών, μίξη μάρκετινγκ, τεχνικές δημιουργικότητας, Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα
- **Κροατία: προϋπολογισμός μάρκετινγκ,** ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα
- **Κύπρος: Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα,** στρατηγική μάρκετινγκ
- **Λιθουανία: Μείγμα Μάρκετινγκ,** Συμπεριφορά των καταναλωτών, Κατάτμηση της αγοράς, Άυλη πολιτιστική κληρονομιά στον τουρισμό, Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα και Προϋπολογισμός μάρκετινγκ
- **Ισπανία: Τεχνικές δημιουργικότητας,** καταναλωτική συμπεριφορά και μίγμα μάρκετινγκ, πολιτιστική κληρονομιά και τουρισμός, ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα ενημέρωσης και προϋπολογισμός μάρκετινγκ

Οι συνεντεύξεις δεν επηρέασαν πολύ την επιλογή των θεμάτων. Οι συμμετέχοντες σε συνεντεύξεις στην Ουγγαρία και την Κροατία εξέφρασαν τις ίδιες προτιμήσεις όπως και στην έρευνα. Οι ερωτηθέντες στην Κύπρο έδειξαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για το σχεδιασμό και τη διαχείριση του τουριστικού προϊόντος καθώς και για τους τρόπους ενσωμάτωσης της άυλης πολιτιστικής

κληρονομιάς στα τουριστικά προϊόντα, παρά όταν ολοκλήρωσαν την έρευνα. Οι Λιθουανοί συμμετέχοντες σε συνεντεύξεις έδειξαν κάποιο ενδιαφέρον για τη στρατηγική μάρκετινγκ, αλλά συμφώνησαν με τα άλλα θέματα που επελέγησαν στην έρευνα. Οι Ισπανοί συμμετέχοντες θα ήθελαν να μάθουν να κατανοούν τους πελάτες και πώς να επικοινωνούν μαζί τους, οι οποίοι έλαβαν επίσης υψηλότερο επίπεδο ενδιαφέροντος στην έρευνα ερωτηματολογίου (συμπεριφορά καταναλωτών, Μάρκετινγκ Mix).

Το πρόγραμμα μάθησης STORIE αναμένεται να είναι πρακτικό, αρθρωτό, με επαρκή παραδείγματα και χρήσιμα εργαλεία, τα οποία θα μπορούσαν να εφαρμοστούν εύκολα στην πράξη. Οι πιθανοί συμμετέχοντες στο μάθημα είναι έτοιμοι να διαθέσουν αρκετές ώρες την εβδομάδα για να βελτιώσουν τις γνώσεις μάρκετινγκ.

Η πλατφόρμα εκμάθησης STORIE θα πρέπει να είναι ελκυστική και φιλική προς τον χρήστη, έτσι ώστε να μπορούν / θα ενθαρρύνονται να την χρησιμοποιούν και τα άτομα με λιγότερη εμπειρία στην ηλεκτρονική μάθηση. Στις περισσότερες περιφέρειες εταίρων είναι σκόπιμο να συνδυάζεται η ηλεκτρονική μάθηση με την αλληλεπίδραση πρόσωπο με πρόσωπο, δηλαδή η ανάμικτη μάθηση θα είναι ο τύπος μάθησης που ανταποκρίνεται κυρίως στις ανάγκες της ομάδας στόχου.

Η έρευνα που πραγματοποίησε η κοινοπραξία στις χώρες-εταίρους έδειξε ότι υπάρχει ανάγκη για τέτοιου είδους κατάρτιση, καθώς και την ανάγκη αύξησης του επιπέδου συνεργασίας των τοπικών επιχειρήσεων, το οποίο μπορεί να συμβάλει στην επίτευξη του σχεδίου STORIE.

2. Διδακτέα ύλη

2.1. Στόχοι του εκπαιδευτικού προγράμματος STORIE

Οι κύριοι στόχοι του προγράμματος STORIE είναι να:

- Παρέχει μια ολοκληρωμένη εικόνα για την ανάπτυξη του προϊόντος του πολιτιστικού τουρισμού και τις ικανότητες και τα καθήκοντα που απαιτούνται για αποτελεσματικό και βιώσιμο σχεδιασμό προϊόντων,
- Βοηθήσει τις μικρές αγροτικές επιχειρήσεις να αναπτύξουν δεξιότητες και ικανότητες για το σχεδιασμό και την εμπορία προϊόντων βιώσιμου τουρισμού με βάση την υπεύθυνη χρήση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς (χειροτεχνία, μαγειρικές πρακτικές, μουσική, ιστορίες, έθιμα κλπ.),
- Επιτύχει πραγματική και μακροπρόθεσμη αλλαγή στη σκέψη και στάση των συμμετεχόντων,
- Ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ των μικρών αγροτικών επιχειρήσεων και να διευκολύνει την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρηματικών κοινοτήτων,
- Βοηθήσει τις μικρές αγροτικές επιχειρήσεις να βελτιωθούν και να αναπτυχθούν με την ανταλλαγή εμπειριών και τον συνδυασμό και επέκταση των αποτελεσμάτων του έργου,
- Προωθήσει την υπεύθυνη χρήση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς για τον εμπλουτισμό των τοπικών τουριστικών προϊόντων,
- Δώσει άμεσα εφαρμόσιμες πρακτικές συμβουλές, μεθοδολογικούς οδηγούς, επαρκή παραδείγματα, πρακτικές λύσεις και χρήσιμα εργαλεία, ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με την ανάπτυξη και εμπορία προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού και σχετικά με τις τάσεις του τουρισμού ανεξάρτητα από το επίπεδο προηγούμενης γνώσης και επιχειρηματικής εμπειρίας,
- Διασφαλίσει την κατάλληλη ευελιξία στις μαθησιακές ανάγκες των δυνητικών συμμετεχόντων και να παρέχει μια χρήσιμη πλατφόρμα μάθησης και βιώσιμης γνώσης.

2.2. Μαθησιακά αποτελέσματα

Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα σε γενικό επίπεδο:

- Βελτίωση των δεξιοτήτων και δυνατοτήτων σχεδιασμού, προώθησης και συνεργασίας των μικρών επιχειρήσεων που εμπλέκονται ή σχετίζονται με τον τομέα του αγροτικού τουρισμού,
- Βελτίωση της επικοινωνίας και της αυξημένης συνεργασίας μεταξύ των αγροτικών επιχειρήσεων,
- Ενίσχυση της ευαισθητοποίησης, της κατανόησης και της προώθησης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς των περιφερειών εταίρων μέσω του τουριστικού τομέα,
- Βελτίωση της γνώσης σχετικά με τη σωστή παρουσίαση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς ως μέρος του τουριστικού προϊόντος και εφαρμογή λογικού επιπέδου εμπορευματοποίησης σε σχέση με τις τοπικές κοινότητες,
- Δημιουργία / βελτίωση σχέσεων μεταξύ αγροτικών επιχειρήσεων και τοπικών κοινοτήτων - φορέων άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς - επιδιώκοντας αμοιβαία οφέλη.

Μαθησιακά αποτελέσματα σε προσωπικό επίπεδο:

- Αναγνώριση και κατανόηση του ρόλου, της σημασίας και των δυνατοτήτων της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς στον τομέα του τουρισμού και στην ανάπτυξη προϊόντων,
- Απόκτηση μιας γενικής εικόνας και πρακτικής εμπειρίας σχετικά με τις διάφορες μεθόδους σχεδιασμού και της αγοράς του τουρισμού,
- Αξιοποίηση τεχνικών δημιουργικότητας για την ανάπτυξη προϊόντων χρησιμοποιώντας την άυλη πολιτιστική κληρονομιά,
- Αναγνώριση της σημασίας του μάρκετινγκ στον τουρισμό και της χρήσης πρακτικών εργαλείων για το σχεδιασμό δράσεων μάρκετινγκ,
- Εξοικείωση με τη χρήση στοιχείων μάρκετινγκ,
- Απόκτηση ενημερωμένων γνώσεων σχετικά με τον τουρισμό στη χώρα και την περιοχή και επίτευξη συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις για το σχεδιασμό και την πώληση νέων ανταγωνιστικών προϊόντων.

2.3. Θέματα του προγράμματος STORIE

Το Πρόγραμμα Εκμάθησης θα αποτελείται από 4 κύρια θέματα. Κάθε θέμα χωρίζεται σε 5-6 μικρότερες μονάδες - "σνακ γνώσης". Το σύνολο του προγράμματος μάθησης θα αποτελείται από περίπου 20 μονάδες σύντομης μάθησης (περίπου 20 ώρες χρόνος μελέτης).

Τα προβλεπόμενα θέματα του προγράμματος εκμάθησης STORIE είναι τα ακόλουθα:

- 1. Άυλη πολιτιστική κληρονομιά στον τουρισμό**
- 2. Βασικά στοιχεία μάρκετινγκ**
- 3. Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα**
- 4. Τεχνικές δημιουργικότητας**

Κάθε θέμα έχει συγκεκριμένους εκπαιδευτικούς στόχους:

- 1. Άυλη πολιτιστική κληρονομιά στον τουρισμό:** να υποστηριχθούν οι συμμετέχοντες στην εκμάθηση της έννοιας, των τύπων, του περιβάλλοντος, των χαρακτηριστικών της ομάδας-

στόχου πολιτιστικού τουρισμού και των πιθανών προϊόντων άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, στην ανταλλαγή και στην προσαρμογή βέλτιστων πρακτικών, στη συνεργασία και ανάπτυξη προϊόντων χρησιμοποιώντας την άυλη πολιτιστική κληρονομιά.

2. **Βασικά στοιχεία μάρκετινγκ:** να μάθουν οι συμμετέχοντες τα βήματα σχεδιασμού τουριστικών δραστηριοτήτων μάρκετινγκ, από τον ορισμό της στρατηγικής μάρκετινγκ στο σχέδιο δράσης μάρκετινγκ και τον προϋπολογισμό μάρκετινγκ. Μετά την ολοκλήρωση αυτού του θέματος, οι συμμετέχοντες θα μπορούν να επιλέγουν τα κατάλληλα, αποτελεσματικότερα και οικονομικά αποδοτικά εργαλεία μάρκετινγκ για τους στρατηγικούς και τους επικοινωνιακούς τους στόχους.
3. **Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και κοινωνικά μέσα ενημέρωσης:** να αναγνωρίσουν οι συμμετέχοντες τα διαθέσιμα σήμερα στην αγορά εργαλεία επικοινωνίας μάρκετινγκ, τα πλεονεκτήματα και τις προκλήσεις της χρήσης κάποιων εργαλείων στο διαδίκτυο και να έχουν την απαραίτητη υποστήριξη και συμβουλές ώστε να είναι σε θέση να σχεδιάσουν και να μετρήσουν την αποτελεσματικότητα μιας ηλεκτρονικής εκστρατεία μάρκετινγκ.
4. **Τεχνικές δημιουργικότητας:** να γνωρίσουν και να εφαρμόσουν σημαντικές και χρήσιμες τεχνικές δημιουργικότητας για την προβολή του τουριστικού προϊόντος (τεχνικές ιδεών), σχεδίαση του προϊόντος (ανάγκες και ορισμός πελάτη) και εφαρμογή του προϊόντος (τεχνικές συνεργασίας και συνεργασίας).

3. Παιδαγωγική προσέγγιση

3.1. Έννοιες πίσω από την παιδαγωγική προσέγγιση

Οι άνθρωποι μαθαίνουν με διαφορετικούς τρόπους και το πρόγραμμα μάθησης STORIE στοχεύει στην κάλυψη των αναγκών τους.

Οι μαθησιακές θεωρίες που παρουσιάζονται παρακάτω και τα αποτελέσματα της ανάλυσης αναγκών καθορίζουν την παιδαγωγική προσέγγιση που θα χρησιμοποιηθεί στο έργο STORIE.

Βιωματική μάθηση

Ο David A. Kolb πρωτοστάτησε στην ιδέα της βιωματικής μάθησης, μέσα από την οποία η μάθηση επιτυγχάνεται από την ενεργή συμμετοχή. Η εστίαση της βιωματικής μάθησης είναι η ατομική διαδικασία μάθησης. Ο Kolb υποδηλώνει ότι η μάθηση είναι μια κυκλική διαδικασία και ότι η καλύτερη μάθηση επιτυγχάνεται όταν επαναλαμβάνεται ολόκληρος ο κύκλος.

Μοντέλο VARK

Αυτό το μοντέλο υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι έχουν μια "προτιμώμενη" αίσθηση ανάμεσα στις πέντε αισθήσεις - στις περισσότερες περιπτώσεις υπερισχύουν, η όραση, η ακοή ή η κιναισθητική. Η πρόταση είναι ότι οι άνθρωποι που προτιμούν την οπτική επαφή, χρειάζονται ιδιαίτερα οπτικές ενδείξεις για μάθηση. Το ίδιο ισχύει και για τα άτομα με ακουστική και κιναισθητική (αίσθηση) προτίμηση. Μια τέταρτη κατηγορία προστίθεται για εκείνους που προτιμούν τον εσωτερικό διάλογο και τις λέξεις. Ως εκ τούτου, το πρόγραμμα μάθησης θα πρέπει να είναι ένα μίγμα αυτών των τεσσάρων.

Μάθηση Πυραμίδας

Η πυραμίδα παρουσιάζει την αποτελεσματικότητα των διαφόρων τύπων μάθησης και δείχνει ότι η διδασκαλία που συνδυάζει την «ακοή» και τη «θεώρηση» επιτυγχάνει καλύτερα αποτελέσματα, αλλά

ότι οι αποτελεσματικότερες μέθοδοι διδασκαλίας περιλαμβάνουν "να βλέπεις και να γράφεις" όπως σε εργαστήρια και "να κάνεις" περνώντας από τα βήματα ένα προς ένα.

Ανάλυση αναγκών

Η έρευνα και οι συνεντεύξεις στις χώρες-εταίρους του STORIE επιβεβαίωσαν ότι η ομάδα-στόχος προτιμά πολύ πρακτικά προγράμματα μάθησης / πόρους δεδομένου ότι ο χρόνος τους είναι περιορισμένος, η διαδικτυακή εκμάθηση είναι αποδεκτή και μερικές φορές προτιμάται, αλλά οι επαφές πρόσωπο με πρόσωπο είναι επίσης σημαντικές με στόχο την παροχή πρακτικής υποστήριξης και την ενθάρρυνση της δικτύωσης και της συνεργασίας των τοπικών εταιρειών.

Με βάση την ανάλυση των αναγκών, το πρόγραμμα εκμάθησης STORIE αναμένεται να είναι πρακτικό, αρθρωτό, με επαρκή παραδείγματα και χρήσιμα εργαλεία, ώστε να εφαρμόζεται εύκολα στην πράξη. Οι πιθανοί συμμετέχοντες στο μάθημα είναι έτοιμοι να διαθέσουν αρκετές ώρες την εβδομάδα για να βελτιώσουν τις γνώσεις μάρκετινγκ.

Η πλατφόρμα εκμάθησης STORIE θα πρέπει να είναι ελκυστική και φιλική προς τον χρήστη, έτσι ώστε να είναι προσβάσιμη και από άτομα με λιγότερη εμπειρία στην ηλεκτρονική μάθηση. Στις περισσότερες περιφέρειες συνιστάται να συνδυάζεται η ηλεκτρονική μάθηση με την αλληλεπίδραση πρόσωπο με πρόσωπο, δηλαδή η ανάμικτη μάθηση θα είναι το είδος της μάθησης που ανταποκρίνεται κυρίως στις ανάγκες της ομάδας στόχου.

Πολλές έννοιες θα ενσωματωθούν στην παιδαγωγική προσέγγιση της STORIE.

Μικτή μάθηση

Η συνδυασμένη μάθηση είναι μια προσέγγιση εκπαίδευσης που συνδυάζει ηλεκτρονικά εκπαιδευτικά υλικά και ευκαιρίες για αλληλεπίδραση με παραδοσιακές μεθόδους διδασκαλίας. Απαιτεί τη φυσική παρουσία τόσο του εκπαιδευτή όσο και του εκπαιδευμένου, με ορισμένα στοιχεία ελέγχου στον χρόνο, τον τόπο, τη διαδρομή ή το ρυθμό.

Λεπτός τεμαχισμός

Μια καινοτόμος ιδέα που πρέπει να χρησιμοποιηθεί είναι η αποκαλούμενη μάθηση μεμονωμένης έννοιας, η οποία επικεντρώνεται σε μια αλλαγή συμπεριφοράς, μια στενή έννοια και ένα στόχο κάθε φορά. Το πρόγραμμα εκμάθησης STORIE θα πραγματοποιηθεί με μικρά "σνακ" ηλεκτρονικής μάθησης που θα καταδεικνύουν πώς λειτουργεί η συγκεκριμένη έννοια σε διαφορετικές καταστάσεις. Στη συνέχεια, η μαθησιακή εμπειρία θα ενσωματωθεί σε μια παρέμβαση συνδυασμένης μάθησης, η οποία θα προσφέρει πολλαπλές διαδρομές για τους συμμετέχοντες να κατανοήσουν το μήνυμα.

Μεθοδολογία κλαμπ προϊόντων

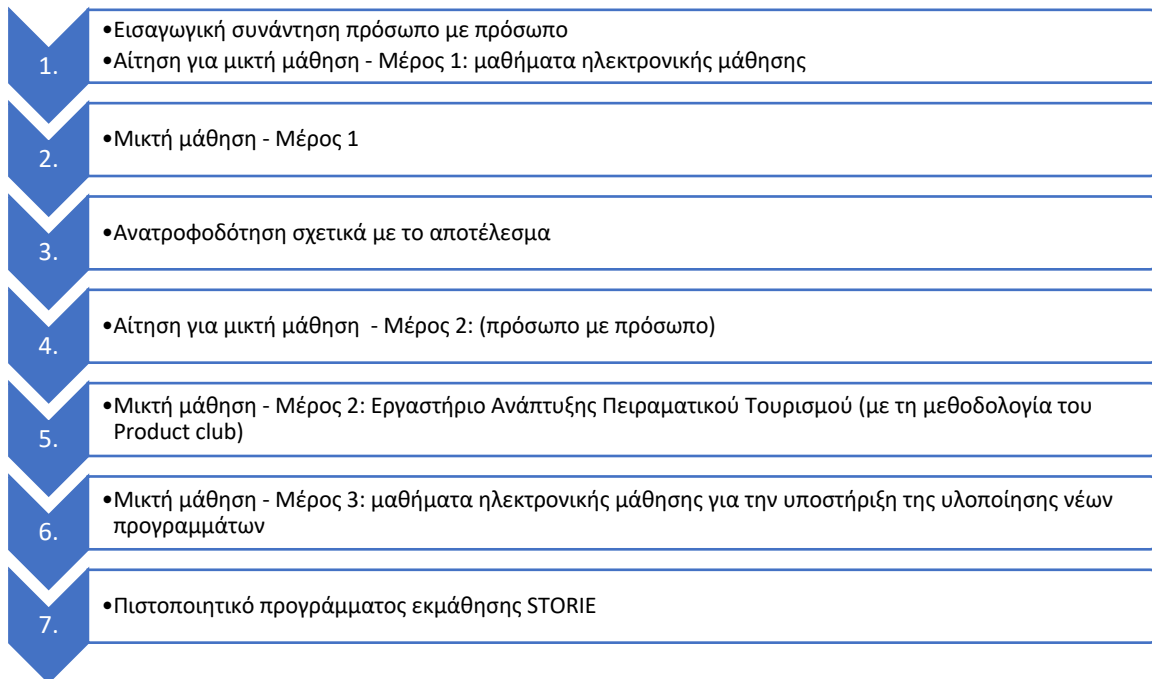
Το Product Club είναι ένα εργαλείο διαχείρισης και σχεδιασμού που επιτρέπει σε μια ομάδα οργανισμών και εταιρειών να συνεργάζονται είτε για να αναπτύξουν νέα προϊόντα είτε για να προσδώσουν αξία σε υπάρχοντα προϊόντα σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς. Τα κλαμπ τουριστικών προϊόντων είναι χτισμένα γύρω από μια κοινή ιδέα ή προϊόν και προσπαθούν να προωθήσουν τον προορισμό χρησιμοποιώντας ως βασικά προϊόντα τα οποία έχουν προσδιοριστεί και οριστεί σαφώς προηγουμένως.

Η μεθοδολογία κατάρτισης μπορεί να είναι πολύ επιτυχημένη αν οι συμμετέχοντες αποκτήσουν ένα συνδυασμό εμπειριών, πρακτικών και θεωρητικών γνώσεων που θα τους επιτρέπουν να αναπτύξουν περαιτέρω τις γνώσεις τους βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Πιστεύουμε στη δύναμη του

εργαστηρίου, στη χαρά της αμοιβαίας δημιουργίας, στον σεβασμό στη δημιουργικότητα και στη διαφορετική σκέψη. Το πρόγραμμα εκμάθησης STORIE θα βασίζεται σε αυτές τις αρχές.

3.2. Διαδρομή μάθησης

Το έργο STORIE προσφέρει μια ευέλικτη δομή μάθησης. Τα μεγάλα θέματα μπορούν να επιλεγούν και να ολοκληρωθούν ανεξάρτητα. Οι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν όσες μονάδες από ένα θέμα έχουν σχέση με τις γνώσεις ή το ενδιαφέρον τους.



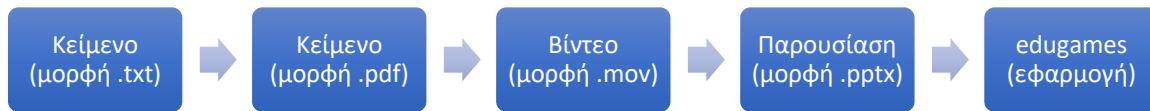
3.3. Χώρος ηλεκτρονικής μάθησης

Το σύστημα ηλεκτρονικής μάθησης που θα χρησιμοποιηθεί στο STORIE είναι ένα εκπαιδευτικό εργαλείο για κινητές συσκευές (τόσο για κινητά τηλέφωνα όσο και για tablet). Το λογισμικό επιτρέπει στους εκπαιδευτικούς να προετοιμάσουν εύκολα μαθήματα με επεξεργάσιμα παιχνίδια και κουίζ μέσω προσαρμοσμένων προτύπων. Οι χρήστες θα μπορούν να χρησιμοποιούν (παίζουν) τα παιχνίδια στις συσκευές τους σε ομάδες ή ξεχωριστά.

Το σύστημα ηλεκτρονικής μάθησης έχει σχεδιαστεί για να χειρίζεται ένα ευρύ φάσμα μέσων. Το υλικό ηλεκτρονικής μάθησης θα αποτελείται από τις ακόλουθες μορφές αρχείων:

- **.txt**, **.docx** και **.pdf** για κείμενα,
- **.pptx** για παρουσιάσεις, και
- **.mov** ή **.avi** για βίντεο.

Ένα παράδειγμα ενός μπλοκ ηλεκτρονικής μάθησης:



Το μαθησιακό υλικό θα χωριστεί σε μικρά μπλοκ, δηλαδή μια σύντομη παρουσίαση .ppt, ένα κείμενο .pdf ή ένα βίντεο θα πρέπει να ακολουθείται από 5-10 edugames (ερωτήσεις) για να εμβαθύνει τη μελέτη.

4. Αξιολόγηση

Η αξιολόγηση αποτελεί κρίσιμο μέρος του κύκλου μάθησης. Η πιο αποτελεσματική αξιολόγηση είναι αυτή που ενθαρρύνει και ανταμείβει αποτελεσματικές διδακτικές πρακτικές με βάση τα μαθησιακά αποτελέσματα. Οι σαφείς στόχοι μάθησης (αποτελέσματα) επιτρέπουν την ανάπτυξη μαθησιακών δραστηριοτήτων και παρέχουν τη βάση για δοκιμές αξιολόγησης.

Το πρόγραμμα μάθησης STORIE ορίζουν τα αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα για τις συγκεκριμένες ενότητες. Οι σχετικές δοκιμές θα δημιουργηθούν σε μεταγενέστερο στάδιο, όταν τα εκπαιδευτικά υλικά θα είναι έτοιμα.

Το πρόγραμμα μάθησης απευθύνεται σε ενήλικες εκπαιδευόμενους που προέρχονται από μικρές αγροτικές επιχειρήσεις, οι οποίες ενδιαφέρονται κυρίως για την ανάπτυξη γνώσης και την εφαρμογή της στην πράξη. Για να ανταποκριθεί στις απαιτούμενες ανάγκες, να ενθαρρύνει τη συμμετοχή και να καταστήσει την πορεία πιο προσιτή, η αξιολόγηση θα επικεντρωθεί κυρίως στην αυτοαξιολόγηση. Οι συμμετέχοντες θα ενθαρρυνθούν να κάνουν εξετάσεις μετά την ολοκλήρωση των μαθησιακών μονάδων, ωστόσο αυτό θα είναι προαιρετικό και θα απευθύνεται στους συμμετέχοντες που θα ήθελαν να λάβουν πιστοποιητικά μονάδας / μαθήματος.

Οι δοκιμές θα είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο. Οι συμμετέχοντες θα κληθούν να κάνουν μια δοκιμή μετά την ολοκλήρωση των ηλεκτρονικών μονάδων μάθησης. Καθώς το πρόγραμμα εκμάθησης είναι ευέλικτο, ορισμένοι συμμετέχοντες θα μπορούν να επιλέξουν να παρακολουθήσουν μόνο το πρώτο μέρος του προγράμματος (ηλεκτρονική μάθηση και προαιρετική συνάντηση εισαγωγής πρόσωπο με πρόσωπο) και εάν πετύχουν την ολοκλήρωση της δοκιμής, το πιστοποιητικό μονάδας μάθησης θα μπορεί να εκδοθεί.

Οι συμμετέχοντες που θα συμμετάσχουν στο μάθημα "πρόσωπο με πρόσωπο" και θα συμμετάσχουν στην ανάπτυξη πιλοτικών τουριστικών δραστηριοτήτων, θα κληθούν να υποβάλουν μια «εργασία στο σπίτι» (βέλτιστη πρακτική για ένα από τα αναπτυγμένα τουριστικά προϊόντα / μια μελέτη περίπτωσης). Για την προετοιμασία της μελέτης περιπτώσεων, οι μαθητές θα αποκτήσουν ένα βιβλιάριο κατάρτισης, σύμφωνα με το οποίο οι εργασίες θα προετοιμαστούν και θα μεταφορτωθούν στο σύστημα. Ο εμπειρογνώμονας κατάρτισης από κάθε οργανισμό-εταίρο του έργου θα ελέγξει αυτό το έγγραφο και θα παράσχει την αξιολόγηση του. Τα κριτήρια αξιολόγησης που βασίζονται σε στρατηγικές ερωτήσεις θα υποδεικνύουν το επίπεδο επίτευξης των αναμενόμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων σε προσωπικό επίπεδο. Οι συμμετέχοντες θα λάβουν στη συνέχεια ένα πιστοποιητικό του STORIE Learning Programme.