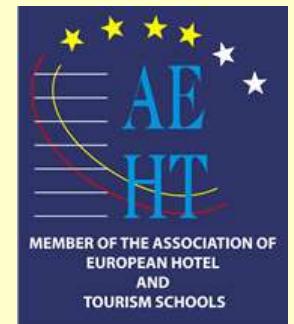


An aerial photograph of a medieval-themed event on a stone-paved street. Several people in period costumes are gathered, including a person in a red and blue outfit with a large hat, a person in a yellow and red outfit, and others in various medieval attire. Some individuals are sitting on the ground, while others stand. A small wooden cart or stall is visible on the left. The scene is set against a backdrop of a stone wall and a paved area.

Srednja škola Hrvatski kralj Zvonimir, Krk

PROMOCIJA I JAČANJE KOMPETENCIJA  
STRUKOVNIH ZANIMANJA  
ZA TURIZAM 2015.

ĐIR PO KRKU



# CILJEVI KOJI SE POSTIŽU PROVEDBOM PROJEKTA

## Opći ciljevi

Oblikovati turističku ponudu Grada Krka u skladu sa „Strategijom razvoja turizma do 2020. godine ”

Kreirati novi turistički proizvod koji će obogatiti krčku turističku ponudu

Partnerstvo i dugoročno povezivanje škole i institucija lokalne zajednice

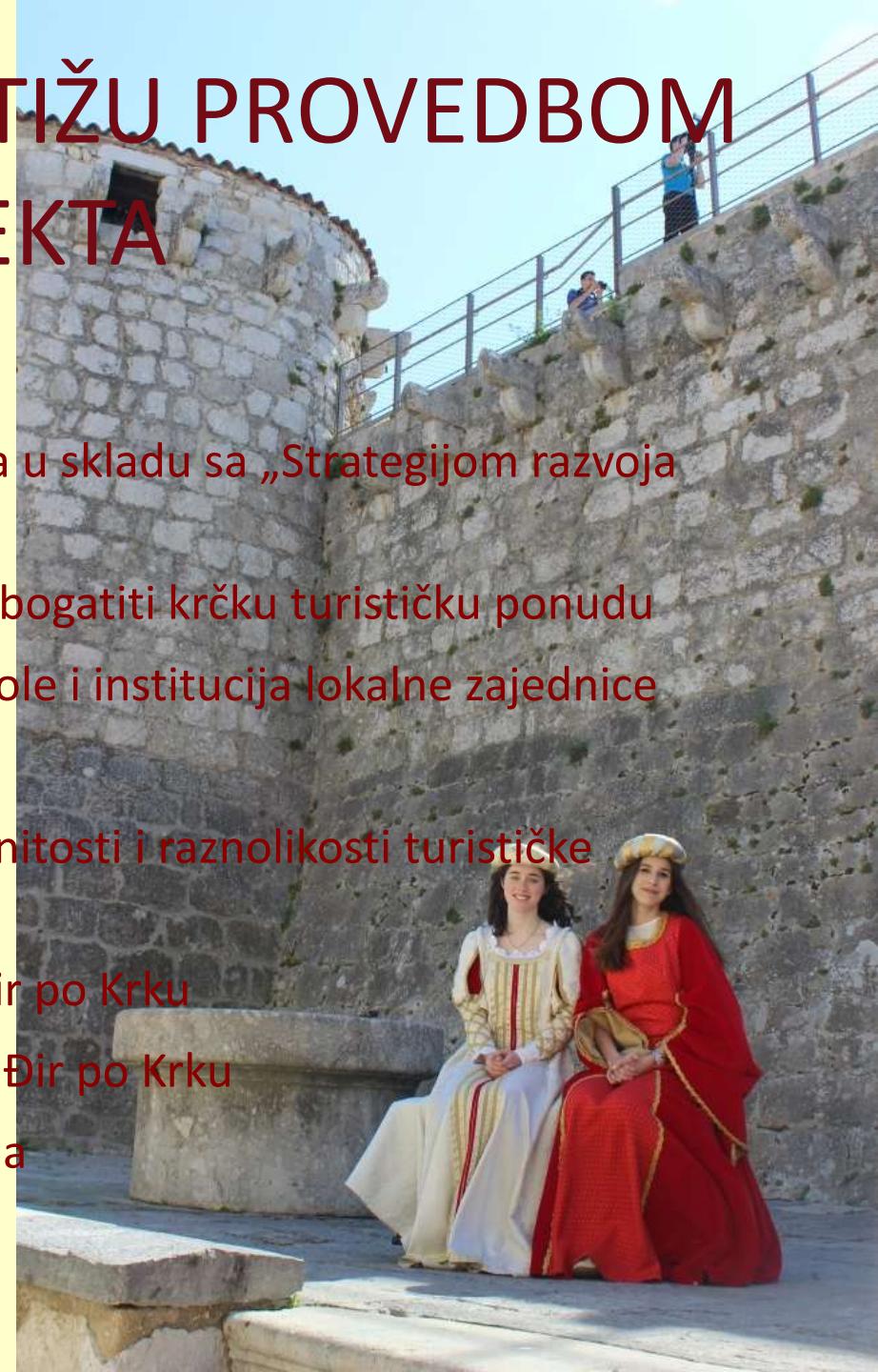
## Specifični ciljevi

Promocija kulturno – povijesnih znamenitosti i raznolikosti turističke ponude grada Krka

Izrada promotivno – turističkog filma Đir po Krku

Izrada multimedejske turističke brošure Đir po Krku

Izrada e-Kuharice s tradicionalnim jelima









# PRIORITETI PROJEKTA

- Oblikovati turističku ponudu Grada Krka u skladu sa „Strategijom razvoja turizma do 2020. godine ”
- Kreirati novi turistički proizvod koji će obogatiti krčku turističku ponudu.
- Partnerstvo i dugoročno povezivanje škole i institucija lokalne zajednice uključenih u projekt



# HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Multimedija promocija destinacije potiče interes za turističku posjetu.

Promocija destinacije temeljena na turističkim reklamnim filmovima rezultira rastom turističke potražnje.



# Utjecaji turističkih reklamnih filmova na turista

- Utjecalo na odluku o putovanju **62%**
- Potaknulo na posjet mrežnih stranica destinacije **44%**
- Upoznavanje s nepoznatom destinacijom **41%**
- Poticanje na razmišljanje o destinaciji u reklamnom filmu **39%**

Izvor: *Istraživanje The 2013 Traveler's Road to Decision: Affluent Insights, thinkinsights Google iz 2014.* godine dalo je uvid u strukturu koji su pod utjecajem reklamnih turističkih filmova na Internetu poduzimali određene akcije



# Multimedijski proizvodi kojima se turist služi nakon što se uz pomoć turističkih reklamnih filmova odluči za destinaciju

- Društvene mreže 21%
- Stranice s dostupnim informacijama o destinaciji 34%
- Stranice hotela u destinaciji 55%
- Internet pretraživači 62%

Izvor: *p://federicgonzalo.com/en/2012/09/11/how-travelers-use-online-sources-for-travel-decision-making/*

# Prednost korištenja reklamnih filmova u promociji turističke destinacije

- Putovanje je doživljaj koji utječe na sva čovjekova osjetila te je kao takvo vrlo osobno i emocionalno za putnika.
- Prije nego turisti kupe putovanje moraju zamisliti svoj posjet i aktivnosti u destinaciji.
- Kako bi se turist lakše zamislio u nekoj destinaciji reklamni turistički filmovi i multimedijski Internet sadržaji mu pomažu u tom procesu.
- Reklamni filmovi educiraju turista, podižu svijest o destinaciji s kojim turist nije bio upoznat, pomažu u oblikovanju pozitivnog stava o prikazanoj destinaciji.



# ARMCHAIR TRAVEL

## (putovanje iz naslonjača)

- Promotivno-turistički film Đir po Krku prikazuje sve atrakcije destinacije i na taj način promovira destinaciju.
- Oživljena povjesna priča filmom, prikazana svakodnevica u destinaciji, prirodne i kulturne znamenitosti, umjetnost, gastronomija, glazba u filmu su, tzv. video vodič kroz destinaciju.



# PLANIRANJE I RAZVOJ NOVOG TURISTIČKOG PROIZVODA

- Izrada promidžbenog turističkog filma Čir po Krku - srednjoškolci, kao turistički vodiči u ulogama povijesnih likova, vode posjetitelje u obilazak grada Krka uz mjesta turističke signalizacije i označene kulturno-povijesne znamenitosti
- Izrada turističke brošure u prezentacijskom programu Prezzi
- Izrada e-Kuharice tradicionalnih krčkih jela





# GLAVNE AKTIVNOSTI PROJEKTA

1. Istraživanje i prikupljanje podataka o Destinaciji.
2. Jednodnevna terenska nastava po Krku
3. Obrada i analiza prikupljenih podataka
4. Oblikovanje turističkog proizvoda:
5. Izrada stranica na društvenim mrežama, webstranica projekta
6. Promocijske aktivnosti
7. Prezentacija projekta svim dionicima





# INFORMATIZACIJA PROJEKTA

Izrada (snimanje i montaža) filma Đir po Krku

Izrada prezentacijske brošure Đir po Krku

Izrada ( snimanje i montaža) e-Kuharice

Postavljanje na web stranicu škole s ciljem promocije i zaštite osmišljenog turističkog proizvoda

Facebook i ostale društvene mreže

Youtube (promidžbeni-turistički film)

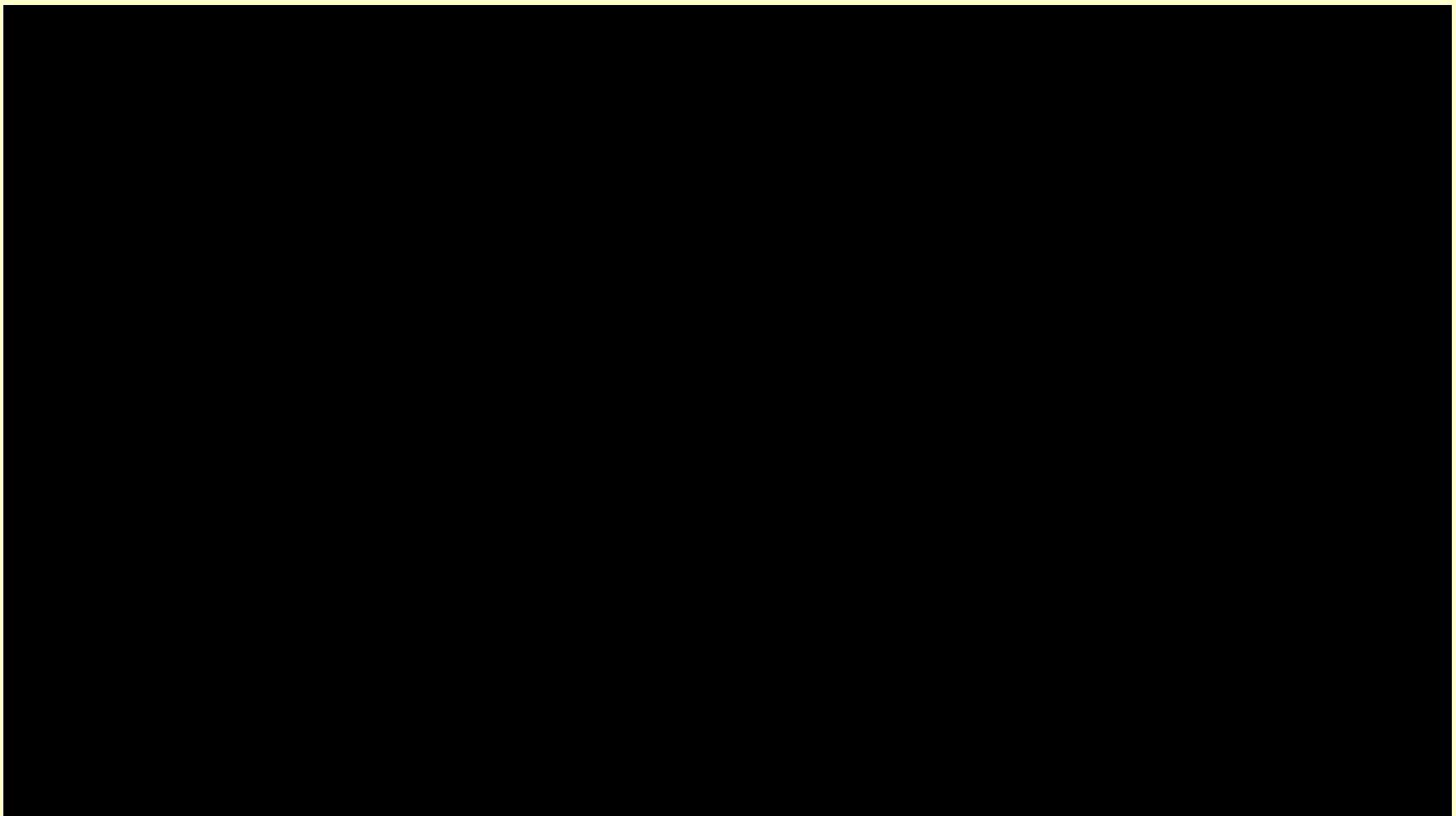


# Ostvareni rezultati projekta

- Projekt Đir po Krku prezentira turističku ponudu grada Krka na moderan način, prilagođen novoj generaciji turista uz mogućnosti interaktivnog pretraživanja baze podataka putem fotografija, multimedijskog pregleda kulturno-povijesne baštine, gastronomskog vodiča i video prezentacija izrade autohtonih gastro specijaliteta.



# Video tutorial: Xmas cookies and cakes of the island of Krk



# UVODENJE PROIZVODA NA TRŽIŠTE

- Mediji: Radio otok Krk, Novi list, Krčki val, Portal Grad Krk
- Predstavljanje projekta javnosti:
- **19. svibnja – Galerija Decumanus Krk** - Izložbom fotografija učenika krčke Srednje škole Hrvatski kralj Zvonimir, Zasopimo, zakantajmo, zatancajmo - projekta promicanja kulturno-povijesne baštine i folklornih običaja otoka Krka, predstavljen je projekt Đir po Krku.
- 3. lipnja – Dan škole, 4. lipnja Dan grada Krka
- 27. rujna – Dan turizma

**Đir po Krku**  
ili oživljena povijest grada

Ministarstvo turizma potiče krčke srednjoškolce

#### ■ **Toposat**

Zato dovršak tako omiljeno grabe prava budžetnica nepravljano vlači u mrežu, a druge stvari se uviđaju i veruju, kada su dobitki tajni? U budžetovanju nastavak ne može biti samo da se stvaraju i prodaju, flajne i pogoda, lutešama i prezbrojima. Tužljiva strujuja je u gradu Kikin obvezuju preko 10 miliona dinara.

Kotki stambodiose održevanju se dozvoljene u svogoj starosti kralja i npravici priči o Gradištu, obvezujući kralja da restituira grad u vlasništvo Šećeranopćije, te da neugrijec stvarnostu i potrebu razviti Splendensku Crkvu Karlovacu, te prenijeti grad Kotka, hajdučko na sastavne mape s poslovima IV., stoljeća poznate Križe : tako da se neizbjegljivo stavlja onim građu Kralju Karlovu Francu I., podruži ga u 12. stoljeću na obalama srednjeg koridora u drevnom Istrumu na sličnu grad.

U člancu predstavljeni su tematski kompetenci za osnovne znanosti. Ministarstvo će vama ove godine raspisati strukovne i stručne konkurenčne iskuse u dodjeli 300.000 kuna bespovratne sredstva iz 22 različitih profila. Maksimalni preduzimac je 10. Djevojčice Štefka Štimac kralj Zvaničnosti u Kuli, a u svim stručnjacima školjenje preduzimato je dobroispunjeno. U 300.000 kuna bespovratne potrošnje.

pozivateljima u obnovi mreža centralnih i lokalnih  
radionica radija i televizije, počevši od 2013./14. godine aviočni mreža  
radio- i televizijskih postaja, po drugi put se  
redom, prvič krovila iste dve početne  
mreže se mreža radiodifuzije od strane  
primarnih primatelja u programu Pro-  
mocije i jačanje kompetencija stručnjaka  
radiodifuzije koju mreža postajala u sur-  
gatiju.

Jestem z góry przekonany, iż nie jest wygodne gospodarowanie na obszarze Krymu, a mimo to, kiedyś będzie. Zasuwamy



The screenshot shows the official website of the City of Krk, Croatia. The header features the city's name in large, white, serif letters on a dark blue background. Below the header, there is a purple navigation bar with various links such as 'Gradski odbor', 'Gradski vijeće', 'Gradski sud', 'Gradski upravnik', 'Gradski zastupnici', 'Gradski poslovni sabor', 'Gradski odbor za obrazovanje i znanost', 'Gradski odbor za gospodarstvo i životno okružje', 'Gradski odbor za kulturu i sportske aktivnosti', 'Gradski odbor za socijalne i obiteljske pitanja', and 'Gradski odbor za urbanizaciju i građevinarstvo'. The main content area has a purple background with a circular logo on the left containing a stylized figure. To the right of the logo, the text 'Grad Krk' is written in large, white, serif letters, with 'grad-povjesni-kultura' underneath in a smaller font. On the far right, there is a silhouette of a coastal town with a prominent church tower. A large, semi-transparent purple banner at the bottom contains the text 'Dobrodošli na web stranicu Grada Krka' and 'Dobrodošli na web stranicu Grada Krka' again, followed by a link 'www.gradkrk.hr'.

MINISTARSTVO TURIZMA POTPORE ŠKOLAMA

## **Novac za Opatijsku paletu i Đir po Krku**



S. DRECHSLER

**OPATIJA/KRK** ►  
Ugostiteljska škola  
Opatija dobila je od  
Ministarstva turizma  
bespovratno 14.000  
kuna za projekt Opatijs  
aleta, dok je Srednja  
škola hrvatski kralj

Zvonimir dobila 15.000 kuna za projekt Đir po Krku. Ove su škole, ministarstvo turizma

medu 22 srednje škole koje Ministarstvo turizma s gotovo 396 tisuća kuna bespovratnih sredstava, atne potpore namijenjene su projektima koji se na stvaranje turističkih proizvoda, promociju i e IT komunikacijske tehnologije, kao i razvijanje nih obrazovnih centara te suradnju s međunarodnim izvrsnostima.

mo dati poticaj mladima koji će se jednog dana baviti na budu aktivni i kreativni već od školskih klupa, ga, uključivanjem učenika u kreiranje turističke doprinosimo jačanju konkurentnosti određene ije, ali isto tako i povezivanju te jačoj suradnji nih institucija i privatnog sektora. Kroz četiri godine linistarstvo turizma provodi program, realizirano je nih ideja, a vjerujem da će i ovogodišnji projekti da mlađi zaista trebaju i mogu biti vrijedni dionici u turističke ponude naše zemlje, kazao je ministar Darko Lorencin. Inače, od 2012. je za razne projekte strukovnih škola izdvojeno 1,3 milijuna kuna. (A. J.)





# ĐIR NA KRKU NA DRUŠTVENIM MREŽAMA:

- Pogledajte glog online plakat i online predstavljanje naše ekipe.

<http://davidkatunar18.edu.glogster.com/croatia-project-team/>

# SURAĐIVALI SMO SA:

- Grad Krk
- Centar za kulturu Grada Krka
- Turistička zajednica Grada Krka
- Turistička zajednica općine Vrbnik
- Udruga krčkih knezova Frankopana
- Plesna skupina Povero Keko
- Streličarski klup Maura Kal
- Fotostudio Brujo
- Caffe bar Volsonis



# PROJEKTNI TIM ŠKOLE



# HVALA NA PAŽNJI

