**OBRAZAC ZA OPIS PROGRAMA NEFORMALNOG** **OBRAZOVANJA ODRASLIH**

**ZA STJECANJE KOMPETENCIJA POTREBNIH ZA RAD**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***I. OPĆI DIO*** | | | | | |
| Izvoditelj programa | Naziv: |  | | | |
| Adresa: |  | | | |
| Partneri u izvođenju programa  *(ako postoji/postoje)* | Naziv i adresa: |  | | | |
| *(\*Napomena: prema potrebi dodati nove redtke ako postoji više partnera)* | | | | |
|  | | | | | |
| Naziv programa | Program neformalnog obrazovanja – **Izrada sadržaja za digitalne komunikacijske kanale u turizmu** | | | | |
| Vremensko trajanje programa | 75 sati | | | | |
|  | | | | | |
| Sektor kojemu program pripada prema Pravilniku o Registru HKO-a | Turizam i ugostiteljstvo | | | | |
| Vještina (iz Kataloga vještina i/ili Registra HKO-a) koja se stječe programom | Primijeniti IKT u poslovnoj komunikaciji  <https://vjestine.hzz.hr/sector/skill/1322>  Koristiti IKT za marketing  <https://vjestine.hzz.hr/sector/skill/1328>  Koristiti se platformama za e-turizam  <https://vjestine.hzz.hr/sector/skill/4405> | | | | |
| **Kompetencije i ishodi učenja iz Registra HKO-a na kojima se temelji program** | | | | | |
| Standard zanimanja (SZ) i skup/skupovi kompetencija (SKOMP) iz Registra HKO-a te  standard kvalifikacije (SK) i skup/skupovi ishoda učenja (SIU) iz Registra HKO-a  na kojima se temelji program | | | | | |
| Standard zanimanja - SKOMP  *(naziv/i - poveznica/e – pojedinačne kompetencije)* | | | Standard kvalifikacije – SIU  *(naziv/i - poveznica/e – pojedinačni ishodi učenja)* | | |
| SZ: Voditelj / Voditeljica poslova u turističkoj destinaciji  <https://hko.srce.hr/registar/standard-zanimanja/detalji/323>  SKOMP: Kreiranje, promocija i prodaja proizvoda u turističkoj destinaciji  <https://hko.srce.hr/registar/skup-kompetencija/detalji/2669>  Pojedinačne kompetencije u SKOMP-u:   1. Kreirati novi turistički proizvod 2. Prikazati posebne karakteristike turističkog proizvoda i formirati cijene u suradnji s odjelom marketinga i prodaje 3. Samostalno ili u timu izraditi promociju novog turističkog proizvoda 4. Provoditi promociju turističke destinacije 5. Informirati turiste o ponudi turističke destinacije 6. Prikupljati dnevna, tjedna i mjesečna izvješća, radi obrade podataka o turističkom prometu na području turističkih destinacija 7. Obraditi prikupljene podatke radi praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća 8. Ocijeniti ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke destinacije | | | **SK: Suradnik za kreiranje marketinških sadržaja u turizmu / Suradnica za kreiranje marketinških sadržaja u turizmu**  <https://hko.srce.hr/registar/standard-kvalifikacije/detalji/219>  SIU: Izrada sadržaja za digitalne komunikacijske kanale  <https://hko.srce.hr/registar/skup-ishoda-ucenja/detalji/7118>  Pojedinačni ishodi učenja u SIU:   1. Koristiti alate za istraživanje trendova ponašanja korisnika na internetu u turističkom sektoru 2. Izraditi arhitekturu informacija za internet sjedište turističkog brenda 3. Izraditi različite vrste sadržaja (blog, tipična stranica) za internet sjedište turističkog brenda prema definiranoj arhitekturi informacija 4. Izraditi sadržaj i elemente prodajnog lijevka na internet sjedištu turističkog brenda 5. Odabrati relevantne teme za izradu plana komunikacije na društvenim mrežama za ciljanu publiku turističkog brenda 6. Izraditi urednički kalendar sadržaja za različite komunikacijske kanale za turistički brend 7. Primijeniti elemente pripovijedanja (storytelling) u izradi sadržaja za društvene mreže, blog, e-mail i članke 8. Izraditi sadržaj za profile na stranicama za promociju turizma i društvenim mrežama 9. Izraditi promotivni tekstualni sadržaj prilagođen zadanim okvirima i pravilima oglašavanja na internetskim tražilicama, oglašivačkim i društvenim mrežama 10. Izraditi plan krizne komunikacije za turistički brend na digitalnim komunikacijskim kanalima | | |
| SZ Specijalist/Specijalistica razvoja ruralnog turizma  <https://hko.srce.hr/registar/standard-zanimanja/detalji/191>  SKOMP: Primjena informacijsko komunikacijskih tehnologija  <https://hko.srce.hr/registar/skup-kompetencija/detalji/1652>  Pojedinačne kompetencije u SKOMP-u:   1. koristiti IKT u istraživanju mogućnosti razvoja ruralnog turizma 2. primijeniti IKT pri planiranju tematskih ponuda 3. poznavati e-poslovanje u poslovnom okruženju 4. koristiti IKT za organizaciju pojedinih aktivnosti ponude ruralnog turizma 5. koristiti portale za smještaj (Booking, Trip Advisor, Airbnb) 6. koristiti društvene mreže u svrhu promocije seoskog turizma 7. primijeniti informacijsko komunikacijsku tehnologiju u organizacijskim aktivnostima | | |  | | |
|  | | | | | |
| Model izvođenja programa  *(odabrati jedan ili više modela)* | uživo | | | hibridno | *online* |
| Obrazloženje odabranog/ih modela izvođenja programa: | | | | |
| Obrazovni program *Izrada sadržaja za digitalne komunikacijske kanale u turizmu* koristi hibridni model izvođenja. Cilj programa je omogućiti polaznicima stjecanje znanja i vještina potrebnih za istraživanje, kreiranje i promociju sadržaja na digitalnim komunikacijskim kanalima koji pridonose uspješnoj promociji turističkih brendova.  Hibridni model omogućuje kombinaciju fizičkog i virtualnog sudjelovanja, pri čemu se uživo održavaju predavanja i radionice s mogućnošću *online* sudjelovanja.  Hibridni model osigurava prilagodbu različitim potrebama polaznika, omogućuje im stjecanje praktičnih i teorijskih znanja te pruža priliku za razvoj karijera u području digitalnog marketinga i komunikacije u turizmu, uključujući izradu promotivnih tekstualnih sadržaja i planiranje krizne komunikacije za turističke brendove. | | | | |
| Materijalni uvjeti za izvođenje programa[[1]](#footnote-2) | <https://hko.srce.hr/registar/skup-ishoda-ucenja/detalji/7118>  *Oprema*: projektor, računalo za nastavnika s instaliranom potrebnom programskom potporom, pristupom internetu i lokalnoj mreži, radni stolovi s računalima za polaznike, potrebnom programskom potporom i odgovarajućim priključcima s pristupom internetu i instaliranim servisima, alatima i aplikacijama potrebnim za izvođenje nastave. Računala (učionička i osobna računala polaznika) trebaju zadovoljavati tražene preduvjete za odvijanje online i multimedijske nastave.  *Prostor*: standardna učionica, specijalizirana učionica | | | | |
| Kadrovski uvjeti za izvođenje programa[[2]](#footnote-3) | <https://hko.srce.hr/registar/skup-ishoda-ucenja/detalji/7118>  Najmanje razina 6.st i/ili 6.sv HKO-a odgovarajućeg profila.  Specifična znanja povezana sa skupom ishoda učenja mogu biti stečena formalnim obrazovanjem, neformalnim i informalnim učenjem.  U slučaju da potencijalni izvoditelj ne raspolaže s edukatorima koji posjeduju tražene formalne kvalifikacije, u izvođenju programa neformalnog obrazovanja za stjecanje kompetencija potrebnih za rad mogu sudjelovati istaknuti stručnjaci iz prakse koji posjeduju dugogodišnje radno iskustvo na poslovima koji zahtijevaju specifična  znanja i vještine potrebne za poučavanje ishoda učenja koji se stječu programom neformalnog obrazovanja. Istaknuti stručnjaci iz prakse svoje dugogodišnje radno iskustvo s odgovarajućim kompetencijama koje su stekli formalnim obrazovanjem i/ ili neformalnim i informalnim učenjem dokazuju i eksplicitno navode u svojem životopisu. | | | | |
| Načini praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe programa | Nakon završetka programa, polaznici će anonimno evaluirati svoje zadovoljstvo provedenim programom putem ankete. | | | | |
|  | | | | | |
| Uvjeti za upis programa | Cjelovita kvalifikacija na razini 4.1 | | | | |
| Uvjeti za završetak programa | Uvjeti za završetak programa su izvršene sve obveze propisane programom odnosno obveze u okviru pojedinih tema. | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***II. PLAN IZVEDBE PROGRAMA*** | | | | | |
| Kompetencije koje polaznik stječe završetkom programa  *(izbor pojedinačnih kompetencija iz SKOMP-ova upisanih u Registar HKO-a, a na kojima se temelji program)* | | | | | |
| 1. Poznavati e-poslovanje u poslovnom okruženju 2. Prikazati posebne karakteristike turističkog proizvoda i formirati cijene u suradnji s odjelom marketinga i prodaje 3. Primijeniti IKT pri planiranju tematskih ponuda 4. Informirati turiste o ponudi turističke destinacije 5. Samostalno ili u timu izraditi promociju novog turističkog proizvoda 6. Primijeniti informacijsko komunikacijsku tehnologiju u organizacijskim aktivnostima 7. Provoditi promociju turističke destinacije | | | | | |
|  | | | | | |
| Tema | Ishodi učenja za temu | Broj sati nastave (predavanja i praktični rad) i samostalnog rada polaznika | | | |
| *Predavanja* | *Praktični rad* | *Samostalni rad* | *Ukupno sati* |
| **Istraživanje i analiza trendova** | 1. Koristiti alate za istraživanje trendova ponašanja korisnika na internetu u turističkom sektoru.  2. Odabrati relevantne teme za izradu plana komunikacije na društvenim mrežama za ciljanu publiku turističkog brenda.  3. Izraditi urednički kalendar sadržaja za različite komunikacijske kanale za turistički brend. | 12 | 8 | 10 | 30 |
| **Kreiranje i promocija sadržaja** | 1. Izraditi arhitekturu informacija za internet sjedište turističkog brenda.  2. Izraditi različite vrste sadržaja (blog, tipična stranica) za internet sjedište turističkog brenda prema definiranoj arhitekturi informacija.  3. Izraditi sadržaj i elemente prodajnog lijevka na internet sjedištu turističkog brenda.  4. Primijeniti elemente pripovijedanja (storytelling) u izradi sadržaja za društvene mreže, blog, e-mail i članke.  5. Izraditi sadržaj za profile na stranicama za promociju turizma i društvenim mrežama.  6. Izraditi promotivni tekstualni sadržaj prilagođen zadanim okvirima i pravilima oglašavanja na internetskim tražilicama, oglašivačkim i društvenim mrežama.  7. Izraditi plan krizne komunikacije za turistički brend na digitalnim komunikacijskim kanalima. | 15 | 25 | 5 | 45 |

*(\*Napomena: prema potrebi dodati nove redtke)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***III. OPIS TEME*** | | | | | | |
| Naziv teme | **Istraživanje i analiza trendova** | | | | | |
| Edukator/i  *(izvoditelj/i teme)* |  | | | | | |
| Broj sati nastave  *(prema obliku nastave i za svaki oblik prema modelu izvođenja)* | Predavanja: |  | Praktični rad: |  | Samostalni rad polaznika: |  |
| *uživo:* |  | *uživo:* |  |
| *online:* |  | *online:* |  |
|  | | | | | | |
| Ishodi učenja teme | | | | | | |
| 1. Koristiti alate za istraživanje trendova ponašanja korisnika na internetu u turističkom sektoru.  2. Odabrati relevantne teme za izradu plana komunikacije na društvenim mrežama za ciljanu publiku turističkog brenda.  3. Izraditi urednički kalendar sadržaja za različite komunikacijske kanale za turistički brend. | | | | | | |
| Sadržaj/ ključni pojmovi teme | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Načini poučavanja | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Načini vrednovanja  *(postupci kojima će se provjeriti ostvarenost ishoda učenja)* | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Literatura i drugi obrazovni materijali/mediji koji će se koristiti tijekom poučavanja i učenja | | | | | | |
|  | | | | | | |

*(\*Napomena: za svaki predmet/temu potrebno je ispuniti dio III. Opis teme)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***III. OPIS TEME*** | | | | | | |
| Naziv teme | **Kreiranje i promocija sadržaja** | | | | | |
| Edukator/i  *(izvoditelj/i teme)* |  | | | | | |
| Broj sati nastave  *(prema obliku nastave i za svaki oblik prema modelu izvođenja)* | Predavanja: |  | Praktični rad: |  | Samostalni rad polaznika: |  |
| *uživo:* |  | *uživo:* |  |
| *online:* |  | *online:* |  |
|  | | | | | | |
| Ishodi učenja teme | | | | | | |
| 1. Izraditi arhitekturu informacija za internet sjedište turističkog brenda.  2. Izraditi različite vrste sadržaja (blog, tipična stranica) za internet sjedište turističkog brenda prema definiranoj arhitekturi informacija.  3. Izraditi sadržaj i elemente prodajnog lijevka na internet sjedištu turističkog brenda.  4. Primijeniti elemente pripovijedanja (storytelling) u izradi sadržaja za društvene mreže, blog, e-mail i članke.  5. Izraditi sadržaj za profile na stranicama za promociju turizma i društvenim mrežama.  6. Izraditi promotivni tekstualni sadržaj prilagođen zadanim okvirima i pravilima oglašavanja na internetskim tražilicama, oglašivačkim i društvenim mrežama.  7. Izraditi plan krizne komunikacije za turistički brend na digitalnim komunikacijskim kanalima. | | | | | | |
| Sadržaj/ ključni pojmovi teme | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Načini poučavanja | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Načini vrednovanja  *(postupci kojima će se provjeriti ostvarenost ishoda učenja)* | | | | | | |
|  | | | | | | |
| Literatura i drugi obrazovni materijali/mediji koji će se koristiti tijekom poučavanja i učenja | | | | | | |
|  | | | | | | |

*\*Napomena: Riječi i pojmovni sklopovi koji imaju rodno značenje korišteni u ovom dokumentu odnose se jednako na oba roda, bez obzira jesu li korišteni u muškom ili ženskom rodu.*

**Broj i datum suglasnosti za izvođenje programa (popunjava nadležno tijelo državne uprave ili ministarstvo nadležno za rad):**

|  |  |
| --- | --- |
| **KLASA:** |  |
| **URBROJ:** |  |
| **Datum izdavanja suglasnosti:** |  |

1. Dostavljaju se dokazi: fotografije prostora, dokaz o vlasništvu ili ugovor o najmu prostora, licence za IT programe, sporazumi s pravnim subjektima (firme, obrti) u slučaju izvođenja praktičnog dijela nastave i osiguranja opreme. [↑](#footnote-ref-2)
2. Kao prilog, uz obrazac dostavljaju se životopisi (u EU formatu) edukatora koji sudjeluju u izvedbi programa. [↑](#footnote-ref-3)