

HARBOR HERITAGE STORY TELLING  
PROJECT NUMBER 2019-1-FR01-KA204-063017



Harbor Heritage Story Telling

# ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

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



<b>Μάθημα 1</b> <b>Κεφάλαιο 1.1</b>	<b>Μάθημα 1:</b> Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού <b>Κεφάλαιο 1.1:</b> Ανάπτυξη ενός Συμμετοχικού Εργαστηρίου για την Πολιτιστική Κληρονομιά (Heritage Participatory Workshop -HPW)
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	<p>Επαγγελματίες στον τουρισμό, οδηγοί τουρισμού, άλλοι επαγγελματίες και φορείς που εργάζονται για την ανάπτυξη μιας νέας περιήγησης ανακάλυψης. Πρεσβευτές, πρόσωπα που μπορούν να εμπλακούν στην διαμόρφωση της έννοιας μιας περιήγησης στην πολιτιστική κληρονομιά.</p>
<b>Στόχοι</b>	<p>Κατά την διάρκεια αυτού του κεφαλαίου αυτού θα εξετάσουμε:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Πώς να φέρουμε σε επαφή ανθρώπους με καλή γνώση του περιβάλλοντος του λιμανιού που προέρχονται όμως από διαφορετικές μεταξύ τους ειδικότητες και επαγγελματικές κατηγορίες.</li> <li>- Πώς να τους βοηθήσουμε να αναγνωρίσουν τον πλούτο της υλικής και άυλης κληρονομιάς του λιμανιού μέσα από μαρτυρίες.</li> </ul>
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	<p><i>Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να είναι σε θέση:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Να μοιράζονται τις γνώσεις τους με άλλους.</i></li> <li>- <i>Να οργανώσουν ένα εργαστήριο.</i></li> <li>- <i>Να κατευθύνουν και να συντονίσουν ένα εργαστήριο.</i></li> <li>- <i>Να διαμορφώσουν μία ομάδα συντελεστών με συνοχή.</i></li> </ul>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	<p>10 έως 12 ώρες</p>
<b>που εστιάζει το περιεχόμενο/ βασικά εργαλεία</b>	<p><i>Συμμετοχικότητα, καλές πρακτικές, πολιτιστική κληρονομιά, έρευνα για την κληρονομιά, εργαστήρια, διάχυση γνώσης</i></p>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Βασικός στόχος είναι η διαμόρφωση μιας σειράς εργαστηρίων που αποσκοπούν στην υποστήριξη ανταλλαγών μεταξύ των συντελεστών, προκειμένου να προσδιοριστούν τα πιο σημαντικά στοιχεία της κρυμμένης (ή όχι τόσο γνωστής) υλικής και άυλης κληρονομιάς του λιμανιού τα οποία θα αναδειχθούν και θα προωθηθούν.</p>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p><b>Τί είναι ένα Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (Heritage Participatory Workshop -HPW)?</b></p> <p>Ένα Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά είναι μια σειρά από συναντήσεις οι οποίες θα επιτρέψουν σε έναν συγκεκριμένο αριθμό συμμετεχόντων να ενώσουν τις γνώσεις τους προκειμένου:</p>



1. Να διαμορφωθεί ένας κατάλογος για την κληρονομιά.
2. Να προσδιοριστούν τα κυριώτερα στοιχεία και θέματα που θα αναδειχθούν.
3. Να σχεδιαστεί ένα δρομολόγιο για την ανακάλυψη της κληρονομιάς του λιμανιού, δηλαδή, μία καινούργια παροχή προς τους τουρίστες. Οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι “ambassadors” για τον τοπικό πληθυσμό, συμπεριλαμβανομένων των επαγγελματιών και των εκπροσώπων των τοπικών ενώσεων.

Ένα συμμετοχικό εργαστήριο είναι στην πραγματικότητα μία άσκηση συλλογικής νοημοσύνης, στόχος της οποίας είναι η από κοινού διατύπωση συγκροτημένων προτάσεων από μία αντιπροσωπευτική ομάδα της ζωής του λιμανιού.

Οι συμμετέχοντες καλούνται να ανταλλάξουν ιδέες πάνω σε ένα συγκεκριμένο θέμα με στόχο την αμοιβαία εμπέδωση των γνώσεών τους και την συλλογική διατύπωση ενός αριθμού προτάσεων. Ο στόχος αυτού του είδους εργαστηρίου δεν είναι η λήψη αποφάσεων αλλά η τροφοδότηση και ο εμπλουτισμός του προβληματισμού που συνεισφέρει στην διαμόρφωση των τελικών αποφάσεων.

Προκειμένου να είναι πιο αποτελεσματική η συνεργασία ανταλλαγής γνώσεων και απόψεων μεταξύ των συμμετεχόντων, βασική αρχή αποτελεί η διαμόρφωση μικρών ομάδων (ιδανικά 5 έως 10 ανθρώπων) οι οποίοι θα εργαστούν είτε πάνω στα ίδια θέματα, είτε πάνω σε διαφορετικές πτυχές του ίδιου ζητήματος.

Στο τέλος της συνάντησης, τα συμπεράσματα κάθε ομάδας θα μοιραστούν και θα εμπλουτιστούν από όλους τους συμμετέχοντες, και εάν είναι απαραίτητο, οι προτάσεις θα μπουν από κοινού σε σειρά προτεραιότητας.

Το εργαστήριο HPW διαφέρει από μία τυπική δημόσια συνάντηση όπου οι αρχές επικοινωνούν με τους πολίτες. Σε ένα HPW, οι πολίτες ανταλλάσσουν απόψεις μεταξύ τους, αφού προηγουμένως ο συντονιστής έχει εισάγει τους στόχους και το θέμα. Ο συντονιστής διατηρεί μόνο τον ρόλο του παρατηρητή και του διαμεσολαβητή.

Ζητώντας από τους συμμετέχοντες που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους να “εργαστούν από κοινού” για το ίδιο θέμα, το HPW διαμορφώνει συνδέσμους, συμμετοχή, και μία θετική δυναμική. Επιπλέον, σε αντίθεση με την τυπική δημόσια συνάντηση, το συμμετοχικό εργαστήριο υποστηρίζει την έκφραση κάθε προσώπου (γίνεται ευκολότερη μπροστά σε 5-10 ανθρώπους παρά σε μία συνωστισμένη αίθουσα) καθώς και σε όλους τους συμμετέχοντες αναλογεί ο ίδιος ρόλος και το ίδιο επίπεδο συμμετοχής. Υπάρχουν επομένως δυνατότητες για περισσότερες ανταλλαγές, οι συμμετέχοντες είναι πολύ περισσότερο ικανοποιημένοι από την δυνατότητά τους να εκφραστούν και η παραγωγικότητα μπορεί να είναι πολύ πιο αυξημένη.



	<p>Το έργο HHST προτείνει την χρήση της συμμετοχικής προσέγγισης στην διερεύνηση των απόψεων των επαγγελματιών για τον πολιτισμό και την παραγωγή που έχει τις ρίζες της στην κληρονομιά. Τα ευρήματά μας μάς αποκάλυψαν πως ο πολιτισμός και η κληρονομιά είναι διακριτά και ειδικά, καθώς και πως μπορούν να προσθέσουν σημαντική αξία προς όφελος της τοπικής ανάπτυξης ως εργαλεία branding, ως κίνητρα, ως πηγές ενδυνάμωσης των κατοίκων, και ως ισχυρά στοιχεία της τοπικής ταυτότητας.</p> <p>Ο πολιτισμός και η κληρονομιά είναι ενσωματωμένα στο τοπικό πλαίσιο και έτσι οι τοπικές κοινότητες πρέπει να συμμετέχουν ενεργά στην διαχείριση των δομών και οι απόψεις και οι προσδοκίες τους πρέπει να λαμβάνονται υπόψη. Για να εξασφαλιστεί η προστασία της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς μας, η από κοινού καταγραφή, εκπαίδευση, και ανάπτυξη κατάλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων, αποτελούν σημαντικές διαδικασίες για την ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής δυναμικής κάθε τοπικής πολιτιστικής πολιτικής, και για την ενδυνάμωση της θετικής πολλαπλασιαστικής επίδρασης.</p> <p>Πηγή:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ευρωπαϊκό έργο “Eurotour Heritage” <a href="https://medcenv.org/wp/eurotour-heritage/">https://medcenv.org/wp/eurotour-heritage/</a></li><li>• “Participatory Research on Heritage- and Culture-Based Development: A Perspective from South-East Europe” Janez Nared and David Bole</li></ul>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	<p>Οι δραστηριότητες θα βοηθήσουν τους συμμετέχοντες να μάθουν πώς να εντοπίζουν τους παράγοντες και πώς να υλοποιούν ένα Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW) για την δημιουργία μιας ή περισσότερων περιηγήσεων ανακάλυψης στην πολιτιστική κληρονομιά του λιμανιού.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <i>Χαρτογράφηση παραγόντων.</i></li><li>2. <i>Πώς να οργανώσετε, να στήσετε και να διευθύνετε ένα Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW).</i></li></ol>
<b>Προετοιμασία</b>	<p>Το HPW ξεκινά με την δημιουργία μιας πρώτης ομάδας συντελεστών για την διαμόρφωση της νέας περιήγησης ανακάλυψης. Εδώ παρουσιάζονται μερικά στοιχεία που θα πρέπει να λάβετε υπόψη όταν δημιουργείτε αυτόν τον πρώτο πυρήνα.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ποιός μοιάζει να συμμετέχει άμεσα στην ζωή του λιμανιού;</li><li>• Ποιά είναι τα δυνητικά μελλοντικά οφέλη από το νέο τουριστικό έργο (περιήγηση ανακαλύψεων);</li><li>• Ποιός θα μπορούσε να επηρεαστεί αρνητικά από αυτό;</li><li>• Ποιός θα μπορούσε να συνεισφέρει στην καταγραφή της κρυμμένης κληρονομιάς του λιμανιού;</li><li>• Υπάρχει κάποια θετική ή αρνητική συσχέτιση μεταξύ των συντελεστών;</li></ul>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<p>Σύμβαση για την Αξία της Πολιτιστικής Κληρονομιάς για την Κοινωνία (στα Αγγλικά και Γαλλικά - <b>Convention on the Value of Cultural Heritage for Society</b>): <a href="https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/faro-convention">https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/faro-convention</a></p>



**Πολιτιστική κληρονομιά για όλους (στα Αγγλικά και Γαλλικά - Everyone's cultural heritage):**

<https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/-/everyone-s-cultural-herita-1>

**Αναπτύξτε και προωθήστε συμμετοχικά προγράμματα προσδιορισμού της κληρονομιάς (στα Αγγλικά - Develop and promote participatory heritage identification programmes):**

[https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/strategy-21-s7#{%2233128570%22:\[\],%2233128585%22](https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/strategy-21-s7#{%2233128570%22:[],%2233128585%22)

**Εντάσσοντας την δέσμευση: συμμετοχικές προσεγγίσεις στην πολιτιστική κληρονομιά (στα Αγγλικά - Embedding engagement: participatory approaches to cultural heritage):**

<http://www.sciresit.it/article/view/13072>

**Atelier participatif, mode d'emploi** (βίντεο στα Γαλλικά)

[Atelier participatif, mode d'emploi](#)

# ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού

1.1: Ανάπτυξη ενός Συμμετοχικού Εργαστηρίου για την Πολιτιστική Κληρονομιά  
(Heritage Participatory Workshop -HPW)

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1 : Χαρτογράφηση παραγόντων

Είδος: Έρευνα

### Ορολογία/θέμα

Παράγοντες, προσδιορισμός, ενδιαφέρον, επιρροή, διαμεσολάβηση, γνώση

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Προσδιορίστε τους παράγοντες του έργου της περιήγησης ανακαλύψεων.
- Προσδιορίστε το ενδιαφέρον καθενός από τους παράγοντες για το έργο.
- Αξιολογήστε εάν οι παράγοντες έχουν επιρροή στο έργο.
- Προσδιορίστε τον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να οργανώσετε και να αλληλεπιδράσετε με διαφορετικά είδη παραγόντων.

### Περιγραφή

Προκειμένου να εντοπιστούν τα πρόσωπα που θα αποτελέσουν τους πόρους, υπάρχουν διαθέσιμες μέθοδοι όπως:

- Καταιγισμός ιδεών για τον εντοπισμό των παραγόντων που μπορούν να γίνουν συντελεστές του έργου.
- Παρέχετε μία επισκόπηση των οργανισμών που μπορούν να αποτελέσουν πηγή παραγόντων.
- Χρησιμοποιείτε την προσέγγιση «Κουτί αλληλογραφίας» για να αιτιολογήσετε τις επιλογές (δείτε περισσότερα στους πόρους).

Εδώ σας προτείνουμε την παρακάτω μέθοδο για την χαρτογράφηση των παραγόντων:

Οι συμμετέχοντες συγκεντρώνονται σε μία αίθουσα συνεδριάσεων με έναν χαρτοπίνακα A1. Ο καθένας με βάση όσα γνωρίζει θα προσδιορίσει τους τοπικούς παράγοντες που θα μπορούσαν να εμπλουτίσουν το πρόγραμμα με τις γνώσεις τους.

#### **Βήμα 1 – Τι σημαίνει να είναι κάποιος παράγοντας;**

Αλλά τί είναι ο παράγοντας; Παράγοντας είναι ένας ή περισσότεροι ενδιαφερόμενοι οι οποίοι θα αποτελέσουν τους πόρους για το έργο μας. Μέσα από την ιστορία τους και τις γνώσεις τους, θα μπορέσουμε να προσδιορίσουμε την υλική και άυλη κληρονομιά πάνω στην οποία θα εργαστούμε. Για αυτό είναι κρίσιμο να τους προσδιορίσουμε, ώστε να συγκεντρώσουμε όσο περισσότερες πληροφορίες γίνεται για το θέμα που ερευνούμε.



### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1 : Χαρτογράφηση παραγόντων

Είδος: Έρευνα

#### Περιγραφή

##### Βήμα 2 – Η χαρτογράφηση των παραγόντων

Η χαρτογράφηση των παραγόντων μπορεί να τμηματοποιηθεί όπως παρακάτω:

Σε έναν πίνακα ο συντονιστής σχεδιάζει τρεις ομόκεντρους κύκλους.

1. Ο μικρότερος κύκλος θα περιλαμβάνει τους τελικούς χρήστες. Ο δεύτερος κύκλος θα περιλαμβάνει τους παράγοντες με τους οποίους οι χρήστες θα αλληλεπιδρούν άμεσα. Ο μεγαλύτερος κύκλος θα περιλαμβάνει τους παράγοντες που θα ασκούν έμμεση επιρροή στους χρήστες.
2. Οι συμμετέχοντες καλούνται να σημειώσουν πάνω σε post-it όσο περισσότερους παράγοντες μπορούν να σκεφτούν.
3. Για κάθε post-it, αναφέρουν εάν ο συγκεκριμένος παράγοντας θα έχει θετική ή αρνητική επίδραση στο έργο, εάν θα προωθήσουν θετικά το έργο ή όχι. Για να γίνει αυτό, τοποθετήστε ένα ή περισσότερα + ή – στο αρχικό post-it.
4. Ο συντονιστής μπορεί να ζητήσει έναν επιπλέον γύρο προτάσεων για την περίπτωση που έχουν ξεχαστεί κάποιοι την πρώτη φορά.
5. Οι συντονιστές σημειώνουν οτιδήποτε έχουν να πουν οι συμμετέχοντες για τους διάφορους παράγοντες, προκειμένου να κατανοήσουν γιατί και με ποιόν τρόπο θα μπορούν να έχουν θετική ή αρνητική επίδραση στην περιήγηση.



# ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού

1.1: Ανάπτυξη ενός Συμμετοχικού Εργαστηρίου για την Πολιτιστική Κληρονομιά (Heritage Participatory Workshop -HPW)

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1 : Χαρτογράφηση παραγόντων

Είδος: Έρευνα

### Περιγραφή

Αυτή η άσκηση έχει πολλά πλεονεκτήματα. Καταρχήν, επιτρέπει στην ομάδα να προσδιορίσει τους ανθρώπους που θα μπορέσουν να βοηθήσουν το έργο καλύτερα. Επίσης κάποιοι παράγοντες που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν προβλήματα θα αναγνωριστούν έγκαιρα. Αυτό θα βοηθήσει στην διαχείρισή και στην ομαλή επικοινωνία γύρω από το έργο καθώς και στην διαμόρφωση σχέσεων εμπιστοσύνης μαζί τους. Στόχος της χαρτογράφησης των παραγόντων δεν είναι η διαμόρφωση μιας εικόνας του περιβάλλοντος του έργου, αλλά συγκεκριμένα ο προσδιορισμός των εφοδίων και των εμποδίων που αφορούν το έργο και για τα οποία θα πρέπει να προβλέψετε.

Με την διεξαγωγή αυτού του εργαστηρίου, οι διαχειριστές του έργου θα έχουν την δυνατότητα να πλαισιωθούν από ικανούς συνεργάτες. Από την στιγμή που θα έχουν προσδιοριστεί, οι διαχειριστές μπορούν να οργανώσουν συμμετοχικά εργαστήρια για την κληρονομιά και να ξεκινήσουν την καταγραφή της.

### Τοποθεσία

Ένα γραφείο, μία αίθουσα για τις συναντήσεις

### Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας A1, ηλεκτρονικός υπολογιστής με σύνδεση στο διαδίκτυο, μαρκαδόροι

### Διάρκεια

2-3 ώρες

### Πηγές

Tourism Office BASTIA

### Πόροι

Αλληλεπίδραση των ενδιαφερόμενων σε διερευνητικές διαδικασίες (Stakeholder Interaction in Research Processes): [https://gmv.gu.se/digitalAssets/1619/1619929\\_stakeholder-interaction-in-research-processes---guide---final-march-15-2017.pdf](https://gmv.gu.se/digitalAssets/1619/1619929_stakeholder-interaction-in-research-processes---guide---final-march-15-2017.pdf)

Πώς να εμπλέξετε τους ενδιαφερόμενους στην έρευνα (How to engage stakeholders in research): <https://health-policy-systems.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12961-018-0337-6>

Τι είναι το κουτί αλληλογραφίας (What's the message box?); <https://nceas.github.io/oss-lessons/message-box/message-box.html#/9>



**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW)**

Είδος: Κατάρτιση

**Ορολογία / θέμα**

Καθοδήγηση, εργαστήριο, συζήτηση, συνάντηση, διευκόλυνση

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

Κατά την διάρκεια αυτού του εργαστηρίου οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν πώς να υλοποιούν ένα Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW). Αυτό θα τους επιτρέψει να επικοινωνούν ευκολότερα με ανθρώπους από κάθε υπόβαθρο και κοινωνικό περιβάλλον.

**Περιγραφή**

**Βήμα 1 – Συγκεντρώνοντας τους παράγοντες**

Οι ενδιαφερόμενοι παράγοντες που επιλέχθηκαν μέσα από την χαρτογράφηση (Δραστηριότητα 1) συγκεντρώνονται σε μία συνάντηση για την παρουσίαση του έργου Περιήγησης Ανακαλύψεων για την ξεχασμένη κληρονομιά. Ο συντονιστής παρουσιάζει την λειτουργία του Εργαστηρίου όπως αναπτύσσεται στον οδηγό IO 1, τους στόχους και την περιοχή ή τις περιοχές όπου θα πρέπει να αναπτυχθεί (1,5 ώρες παρουσίαση με ένα διάλειμμα μισής ώρας στο τέλος).

Στόχος είναι να εξασφαλιστεί πως οι παρόντες παράγοντες θα μοιραστούν τις γνώσεις τους για την ξεχασμένη κληρονομιά του λιμανιού, θα βοηθηθούν να αποκτήσουν μία σαφή κατανόηση της δυναμικής της κληρονομιάς του λιμανιού, αλλά και των στόχων και των επιδιώξεων της νέας περιήγησης ανακαλύψεων.

Η συζήτηση θα βασιστεί στα διαθέσιμα δεδομένα για την περιοχή: μελέτες, στοιχεία για την υλική και άυλη κληρονομιά του λιμανιού, βίντεο, αναπτυξιακές δράσεις, υλοποιημένες δράσεις εμπύχωσης και επικοινωνίας, τοπικές βέλτιστες πρακτικές ή αντίστοιχες από άλλες περιοχές του κόσμου με παρόμοια χαρακτηριστικά.

Στόχος του HPW είναι:

- Να προσδιοριστεί το βασικό θέμα, γύρω από το οποίο θα δομηθεί μία ιστορία και μία περιήγηση.



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW)

Είδος: Κατάρτιση

Περιγραφή

- Να προταθεί μία ή περισσότερες διαδρομές στην περιοχή του λιμανιού, η οποία θα επιτρέψει στους εκπαιδευόμενους να χρησιμοποιήσουν και να εφαρμόσουν επί τόπου τις θεωρητικές γνώσεις που απέκτησαν κατά την διάρκεια της εκπαίδευσης, μέσα από την παρατήρηση και την χρήση των διαφόρων υλικών που παράχθηκαν.

**Βήμα 2: Επίσκεψη στην τοποθεσία**

Το δεύτερο σκέλος της δραστηριότητας θα γίνει στην συγκεκριμένη τοποθεσία.

Οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν χρόνο να προβληματιστούν γύρω από το επιλεγμένο θέμα, να παρατηρήσουν την τοποθεσία και να διευρύνουν τις προτάσεις τους. Θα καταγράψουν τις παρατηρήσεις και τις προτάσεις τους (20-30 λεπτά).

**Βήμα 3: Βελτιώσεις**

Οι εκπαιδευόμενοι στην συνέχεια θα εργαστούν σε μικρές ομάδες το πολύ μέχρι 4 άτομα.

Ένα μέλος (εισηγητής) από κάθε ομάδα θα καταγράφει και θα συνοψίζει τις παρατηρήσεις και θα προτείνει τα διάφορα θέματα που θα μπορούσε να επεξεργαστεί το έργο, την μέθοδο διαχείρισης, τις ενέργειες και την επικοινωνία που θα πρέπει να αναπτυχθεί, και τις υποδομές που θα χρειαστούν για την υποστήριξη της περιήγησης ή των περιηγήσεων.

**Βήμα 4 - Περίληψη**

Ο εισηγητής από κάθε ομάδα παρουσιάζει εν συντομία τις παρατηρήσεις και τις προτάσεις της ομάδας. Στο τέλος, ο εκπαιδευτής συνοψίζει τις παρατηρήσεις και τις προτάσεις των ομάδων, καταδεικνύει τις ομοιότητες και τις διαφορές, τις συνεισφορές που συμπληρώνουν τα κενά και τις παραλήψεις.

Οι εκπαιδευόμενοι συμμετέχουν σε μία ανταλλαγή προτάσεων προκειμένου να προσδιορίσουν:

Ποιες περιηγήσεις είναι έγκυρες;

Ποιες υποδομές θα χρειαστούν;

Ποιες δραστηριότητες θα πρέπει να διοργανωθούν;

Ποιες επισημάνσεις, ερμηνείες και επικοινωνίες θα πρέπει να παρέχονται;

**ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού**  
1.1: Ανάπτυξη ενός Συμμετοχικού Εργαστηρίου για την Πολιτιστική Κληρονομιά (Heritage Participatory Workshop -HPW)

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW)**

Είδος: Κατάρτιση

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων και επιτόπου επισκέψεις

**Απαιτούμενα υλικά**

Χαρτοπίνακας Α1, προτζέκτορας,, laptop, παρουσίαση PowerPoint, μαρκαδόροι

**Διάρκεια**

1 ημέρα

**Πηγές**

Tourism Office BASTIA

**Πόροι**

10 βοηθήματα για τον σχεδιασμό ενός αποτελεσματικού εργαστηρίου (10 tips for planning an effective workshop):

<https://www.isabeauiqbal.com/10-tips-for-planning-an-effective-workshop/>

37 ιδέες για την διενέργεια ενός τέλειου εργαστηρίου (37 ideas to run the perfect workshop):

<https://www.buildinggreen.com/feature/how-run-great-workshop-37-tips-and-ideas>

<p><b>Μάθημα 1</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>1.2</b></p>	<p><b>Μάθημα 1:</b> Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του Λιμανιού <b>Κεφάλαιο 1.2:</b> Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς</p>
<p><b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b></p>	<p>Επαγγελματίες στον τουρισμό, οδηγοί τουρισμού, άλλοι επαγγελματίες και φορείς που εργάζονται για την ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων, υποψήφιοι συντονιστές και εμπυχωτές των Συμμετοχικών Εργαστηρίων για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW).</p>
<p><b>Στόχοι</b></p>	<p>Κατά την διάρκεια αυτού του Κεφαλαίου:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Θα ενθαρρύνουμε τους συμμετέχοντες να διαδράσουν μεταξύ τους.</li> <li>• Θα ενθαρρύνουμε τους συμμετέχοντες να μοιραστούν τις γνώσεις τους.</li> <li>• Θα διευκολύνουμε την συνεισφορά όλων των συμμετεχόντων στην συνάντηση.</li> </ul>
<p><b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Η συμμετοχή όλων των παραγόντων.</li> <li>- Ο προσδιορισμός των δυνατοτήτων και των αδυναμιών κάθε συμμετέχοντα.</li> <li>- Η κινητοποίηση των παραγόντων ώστε να συμμετέχουν.</li> <li>- Η διατήρηση των συζητήσεων και των ανταλλαγών εντός του πλαισίου.</li> </ul>
<p><b>(εκτιμώμενη) Διάρκεια</b></p>	<p>16 ώρες</p>
<p><b>Εστίαση του περιεχομένου</b></p>	<p><i>Συμμετοχή, καλές πρακτικές, πολιτιστική κληρονομιά, εργαστήριο, διάχυση γνώσης.</i></p>
<p><b>Εισαγωγικό κείμενο</b></p>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο, οι συντονιστές και εμπυχωτές του HPW θα μάθουν να διαμορφώνουν δεσμούς μεταξύ όλων των συντελεστών του έργου ώστε:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να γνωριστούν μεταξύ τους καλύτερα και να ανταλλάσσουν ιδέες.</li> <li>- Να διαμορφώσουν γύρω από το έργο ένα πλαίσιο συνεργασίας και ομαδικότητας.</li> </ul>
<p><b>Λίγη θεωρία</b></p>	<p>1. <b>Διαμόρφωση ενός σχεδιασμού που βασίζεται στην συμμετοχικότητα και την συνεργασία</b></p> <p>Ο ρόλος του συντονιστή σε αυτού του είδους τις δραστηριότητες περιγράφεται στην <b>Σύμβαση του Faro</b> και στο <b>Δίκτυό</b> της το οποίο αποτελείται από ομάδες τοπικών παραγόντων και υποστηρικτών που υλοποιούν δράσεις τοπικά σε πόλεις</p>



και περιοχές χωρών του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου που επιδιώκουν να ενισχύσουν την τοπική κληρονομιά τους σύμφωνα με τις αρχές της Σύμβασης του Faro.

Αυτή η Σύμβαση προτείνει την ανάπτυξη ενός χώρου συζήτησης και δημιουργικής αντιπαράθεσης, προκειμένου να προσδιοριστούν οι κοινές αξίες και προτεραιότητες γύρω από την κληρονομιά καθώς και να προωθήσει σχετικές πρωτοβουλίες. Αυτό απαιτεί συνεργασία με φορείς εθελοντισμού ή μή κυβερνητικές δομές, και ευκαιρίες για τους ανθρώπους που θα ήθελαν να συμμετέχουν μέσω της εκπαίδευσης και της έρευνας (Άρθρα 11, 12 και 13 της Σύμβασης).

Αυτή η διαδικασία πρέπει να μεταφερθεί σε τοπικό επίπεδο, για την ενδυνάμωση της κληρονομιάς του λιμανιού μέσω ενός νέου τουριστικού προϊόντος. Πριν από την διενέργεια του ΗΡW (Δείτε τα Κεφάλαια 1 και 3):

- **Συμπεριλάβετε όλους τους συντελεστές από την αρχή**

Βεβαιωθείτε πως ο σχεδιασμός βασίζεται σε μία ευρεία γνωμοδότηση από τους επαγγελματίες στον τουρισμό, από τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, πολιτιστικές ΜΚΟ, κατοίκους, κλπ., και συμπεριλαμβάνει εξ αρχής ένα μεγάλο εύρος τοπικών συνεργατών, στοιχεία τα οποία αποτελούν το κλειδί για την επιτυχία μακροπρόθεσμα. Μπορείτε να ξεκινήσετε οργανώνοντας ένα ανοιχτό συνέδριο, και να συνεχίσετε με έναν σχεδιασμό που βασίζεται στα Συμμετοχικά Εργαστήρια για την Πολιτιστική Κληρονομιά.

- **Εδραιώστε συνεργασίες**

Προσπαθήστε να συναντηθείτε με βασικά μέλη των ομάδων που εμπλέκονται για να τα βοηθήσετε να καθορίσουν τους στόχους τους, ξεκινώντας από την διοργάνωση ομάδων εργασίας και σεμιναρίων. Ένα σημαντικό εργαλείο σε αυτήν την προσέγγιση είναι η ενθάρρυνση ενός ή περισσότερων τοπικών επαγγελματικών φορέων στον τουρισμό να συμμετάσχουν στο έργο. Οι ομάδες, στις οποίες απευθύνεται το έργο, θα είναι έτσι πιο πιθανό να οικειοποιηθούν και να υποστηρίξουν την δομή και τους στόχους της διαδικασίας. Σε κάθε περίπτωση, οι συντονιστές θα πρέπει να διατυπώσουν εν συντομία τους συμφωνημένους στόχους από την αρχή, ώστε να γνωρίζουν όλοι γιατί βρίσκονται εκεί.

- **Αύξηση της ευαισθητοποίησης και της συμμετοχής**

Για να αυξήσετε την συμμετοχή συστήνεται να προωθήσετε την ευαισθητοποίηση για τον σχεδιασμό της διαδικασίας:

- Με την εμπλοκή τοπικών μέσων ενημέρωσης.
- Με την διοργάνωση επισκέψεων στο πεδίο.

## 2. Ο ρόλος του συντονιστή

Ο συντονιστής θα πρέπει να γνωρίζει τι είναι και τι δεν είναι στην αρμοδιότητά του. Ο ρόλος του είναι να καθοδηγεί την διαδικασία επικοινωνίας χωρίς να εκφράζει τις προσωπικές του απόψεις για τα θέματα που συζητούνται. Ο συντονιστής είναι υπεύθυνος για την διαδικασία της συζήτησης, αλλά όχι για το περιεχόμενό της. Στόχος είναι να παρέχει ένα πλαίσιο και ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο θα μπορούν να εκφράζονται οι διαφορετικές απόψεις και να εισακούγονται με ειλικρίνεια και χωρίς εχθρότητα.

Κάποιες φορές ο συντονιστής βρίσκεται αντιμέτωπος με ανθρώπους οι οποίοι αρέσκονται να μιλούν πολύ, ή και πάρα πολύ, την ίδια στιγμή που άλλοι παλεύουν να ακουστούν. Η πρόκληση για τον συντονιστή είναι να εξισορροπεί τις ανταλλαγές, να



	<p>κατευθύνει τους δυναμικούς χαρακτήρες και να βεβαιωθεί πως οι πιο συνεσταλμένοι ή εσωστρεφείς θα αισθάνονται άνετα ώστε να εκφράζουν τις ιδέες τους.</p> <p>Εάν η ομάδα των συμμετεχόντων στην διαδικασία είναι πολυάριθμη και εργάζεστε σε ομάδα και με άλλους συντονιστές, είναι σημαντικό όλοι οι συντονιστές να συμφωνήσουν εκ των προτέρων για τον ρόλο και τους στόχους τους. Είναι επίσης σημαντικό οι συντονιστές να εξηγήσουν τον ρόλο και τους στόχους τους στους συμμετέχοντες και να διασφαλίσουν πως αυτοί τους καταλαβαίνουν και τους βρίσκουν σύμφωνους.</p> <p>Ο συντονιστής θα πρέπει να βοηθά τους συνεργάτες του να προσδιορίζουν τις κατευθύνσεις που πρέπει να ακολουθούνται σε όλη την διάρκεια του διαλόγου και να καθορίζουν έναν σαφή μηχανισμό για την αποτροπή και διαχείριση πιθανών εντάσεων.</p> <p>Θα πρέπει να δίνει προσοχή σε κάθε πρόσωπο που παίρνει τον λόγο και να καταβάλει προσπάθεια να αντιληφθεί πώς βιώνει τα πράγματα ο κάθε ακροατής. Εάν οι ακροατές εμφανίζονται μπερδεμένοι, ενθαρρύνετε τον ομιλητή να επιβραδύνει, να μιλά πιο δυνατά ή να αποσαφηνίσει συγκεκριμένη ορολογία. Εάν είναι δυνατόν, ζητήστε από έναν συνεργάτη συντονιστή να κρατά σημειώσεις και να καταγράφει τους χρόνους και την ροή της διαδικασίας, επιτρέποντας στον συντονιστή να εστιάσει στους συμμετέχοντες και στο περιεχόμενο της συζήτησης.</p> <p>Οι ερωτήσεις ανοιχτού τύπου ενδεχομένως να ενθαρρύνουν τους συμμετέχοντες να προτείνουν την ανάληψη δράσεων ή νέες δυνατότητες, σε μία προσπάθεια να καλυφθούν οι ανάγκες όλων.</p>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Η εκπαίδευση στον συντονισμό δημιουργικών αντιπαραθέσεων και συναντήσεων.</li><li>2. Συναντήστε τους ντόπιους! Η προετοιμασία μιας δημόσιας συνάντησης</li><li>3. Οραματιστείτε τον ρόλο του συντονιστή!</li></ol>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ένας μεθοδολογικός Οδηγός για έναν Δημιουργικό Διάλογο με τους Συντελεστές (στα Γαλλικά) <a href="http://www.comite21.org/docs/dialogue-pp/guide-methodologique-pour-un-dialogue-constructif-avec-les-parties-prenantes-(1).pdf">http://www.comite21.org/docs/dialogue-pp/guide-methodologique-pour-un-dialogue-constructif-avec-les-parties-prenantes-(1).pdf</a></li><li>• Fabian Lenggenhager, (2008) “Comment faire participer la population locale à un projet artistique/ touristique d’envergure qui la concerne ? Une analyse des processus participatifs par l’animation socio-culturelle », Mémoire de travail social, HES-SO Haute Ecole spécialisée de Suisse Occidentale. (στα Γαλλικά) <a href="https://doc.rero.ch/record/10647/files/Comment_faire_participer_la_population_locale_un_projet_artistique_touristique_d_envergure_qui_la_concerne_ODEC.pdf">https://doc.rero.ch/record/10647/files/Comment_faire_participer_la_population_locale_un_projet_artistique_touristique_d_envergure_qui_la_concerne_ODEC.pdf</a></li><li>• Πρακτικές ικανότητες για την υποστήριξη του διαλόγου (στα Γαλλικά)</li></ul>



<https://learn.tearfund.org/fr-fr/resources/footsteps/footsteps-91-100/footsteps-92/practical-skills-facilitating-dialogue>

- **Η Σύμβαση του Faro (στα Αγγλικά)**

<https://rm.coe.int/the-faro-convention-the-way-forward-with-heritage-brochure/16809e3627>

**ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού****1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς****ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Βοηθώντας την συζήτηση και την αμοιβαία κατανόηση**

Είδος: Παιχνίδι ρόλων

**Ορολογία / θέμα**

Καθοδήγηση, εργαστήριο, διαλεκτική αντιπαράθεση, συνάντηση, διευκόλυνση

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Διευκόλυνση των μελών της ομάδας να κατανοήσουν τους κοινούς στόχους τους.
- Βοήθεια προς τους συμμετέχοντες ώστε να προχωρήσουν από κοινού μέσα από την διαδικασία.
- Συγκρότηση των συζητήσεων και εφαρμογή κατάλληλων τεχνικών υποστήριξης της ομάδας ώστε να παραμένει η συζήτηση αποτελεσματική.
- Διευκόλυνση της συμμετοχής και της κινητοποίησης των μελών να καταθέτουν τις ιδέες, τις σκέψεις και τις οπτικές που προσθέτουν αξία στο έργο.
- Διευκόλυνση των μελών να αισθανθούν πως ανήκουν σε μία ομάδα με κοινά ενδιαφέροντα.

**Περιγραφή**

Τα εργαστήρια δίνουν ευκαιρίες για καινοτομίες, επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων μέσα από την συλλογική νοημοσύνη της ομάδας.

Από την άλλη, οι συναντήσεις μπορεί να αποτελούν συχνά μία πηγή έντασης και πολλοί άνθρωποι απλά προτιμούν να τις αποφεύγουν για να προστατεύουν τον προσωπικό τους χρόνο.

Σε αυτό το σημείο είναι που οι συντονιστές παίζουν έναν σημαντικό ρόλο. Κατά την διάρκεια αυτής της δραστηριότητας θα αναπτύξουμε δύο ασκήσεις για να υποστηρίξουμε την συνεισφορά των συμμετεχόντων.

**1 Διοργάνωση παιχνιδιού ρόλων**

Προσομοιάζοντας την πραγματική ζωή, ένα παιχνίδι ρόλων επιδιώκει να βάλει τους συμμετέχοντες σε μία κατάσταση, προκειμένου να ενεργοποιήσει τις ικανότητές τους, να δοκιμάσουν νέους τρόπους να κάνουν πράγματα, να πειραματιστούν με τις ιδέες τους, και να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους μέσα από έναν παιγνιώδη τρόπο.

Παίζοντας, κάθε συμμετέχων οδηγείται στο να κατανοήσει και να μάθει με τον δικό του τρόπο, απηχώντας το ρητό «κατανώ αυτό που ακούω, διατηρώ αυτό που κάνω και αυτό που βιώνω».





Είδος: Παιχνίδι ρόλων

**Περιγραφή**

**Βήμα 1:** Ένας από τους εκπαιδευόμενους επιλέγει ένα θέμα με το οποίο είναι εξοικειωμένος και θεωρεί σημαντικό (μπορεί να είναι ένα άθλημα, μία τέχνη, ένα κοινωνικό ζήτημα, κλπ.) και το παρουσιάζει στην ομάδα, προσπαθώντας να τους πείσει για την σημαντικότητά του. Προσομοιάζοντας μια συνάντηση, θα του είναι πιο εύκολο να απαντήσει σε ερωτήσεις του κοινού και να δοκιμάσει την ικανότητά του να διατηρήσει μία συνάντηση εντός πλαισίου και επιδιώξεων.

**Βήμα 2:** Σε δεύτερη φάση, θα προτείνει ένα θέμα περισσότερο σχετικό με το έργο για να δοκιμάσει εάν μπορεί να διατηρήσει τα ίδια αντανακλαστικά και την ίδια στάση όπως με το προηγούμενο που γνώριζε καλά.

Το παιχνίδι ρόλων τοποθετεί τον εκπαιδευόμενο στο κέντρο της δικής του μαθησιακής διαδικασίας, επιτρέποντάς του να εξασκήσει και να δοκιμάσει το δικαίωμά του να κάνει λάθη. Μέσα από αυτήν την ενεργητική μέθοδο εκμάθησης ο εκπαιδευτής παίζει τον ρόλο του διαμεσολαβητή με την γνώση, παρά του μεταδότη της.

Το στοιχείο που χαρακτηρίζει το παιχνίδι ρόλων και το διαφοροποιεί από άλλα εκπαιδευτικά παιχνίδια είναι η λεκτική και συμπεριφορική διάδραση ανάμεσα σε δύο ή περισσότερους ανθρώπους. Αποτελεί επομένως την πρώτη επιλογή για την ανάπτυξη συμπεριφορών μέσα από σχέσεις σε διάφορα πεδία, όπως στις πωλήσεις, την διαχείριση, την προσωπική ανάπτυξη, κλπ.

**2. Δραστηριότητα αναδιатύπωσης**

Αναφέρεται στην ακρόαση ενός εκπαιδευόμενου και ακολούθως στην προσπάθεια ο ακροατής να ανασυντάξει αυτά που κατανόησε. Στόχος είναι να κατανοεί ο ένας τον άλλο καλύτερα και να βελτιωθεί η επικοινωνία και οι σχέσεις. Επίσης, αυτή η διαδικασία βοηθά τους συντονιστές να θυμούνται τι έχει ειπωθεί.

- Δείχνει στα πρόσωπα με τα οποία συνομιλείτε ότι κατανοείτε τα λεγόμενά τους, ώστε η συνεισφορά τους να έχει αξία και να λαμβάνεται υπόψη.
- Επιτρέπει στο άλλο πρόσωπο να προσαρμόζει αυτά που λέει.
- Ενθαρρύνει τον συνομιλητή σας να επεκταθεί και να εμβαθύνει στις σκέψεις του.

Υπάρχουν αρκετοί τρόποι αναδιатύπωσης:

**Τρόπος 1. Αναδιатύπωση Ηχώ (ή παπαγαλία)**

Αυτός ο τρόπος συνίσταται από την επανάληψη όσων ειπώθηκαν από τον αρχικό ομιλητή.

**Τρόπος 2. Καθρέφτισμα**

Αυτός ο τρόπος συνίσταται από την αναδιатύπωση με δικά σας λόγια όσων ειπώθηκαν αρχικά.

Αποτέλεσμα: Ένα βήμα παραπέρα από την ηχώ, το καθρέφτισμα δείχνει πως ελέγχετε το επίπεδο κατανόησής σας. Το άλλο πρόσωπο αισθάνεται πως έχει γίνει κατανοητό.

Είδος: Παιχνίδι ρόλων

**Περιγραφή****Τρόπος 3. Σύνοψη**

Η συνοπτική αναδιατύπωση αναφέρεται στην σύνοψη όσων ειπώθηκαν από τον ομιλητή. Αποτέλεσμα: στην περίπτωση κάποιων ανθρώπων που χρησιμοποιούν δαιδαλώδεις προτάσεις, η συνοπτική αναδιατύπωση είναι χρήσιμη για την επανεστίαση στο μήνυμα. Βοηθά την επικέντρωση στο θέμα και, επομένως, στην συγκρότηση της συζήτησης γύρω από αυτό: σκόπιμα επιλέξτε να εστιάσετε τον διάλογο σε ένα ή δύο σημεία τα οποία θεωρείτε ως τα πιο σημαντικά για το άλλο πρόσωπο ή την ομάδα. Η συνοπτική αναδιατύπωση προϋποθέτει φυσικά, πως έχετε ακούσει και συγκρατήσει τα πιο σημαντικά μηνύματα, τα οποία μπορούν να καθοδηγήσουν τον ομιλητή να αποσαφήνισι τις σκέψεις του στην περίπτωση που η σύνοψή σας δεν τον εκπροσωπεί.

**Τρόπος 4. Διευκρινιστική αναδιατύπωση ή επεξήγηση**

Η διευκρινιστική αναδιατύπωση επεκτείνεται πέρα από όσα ειπώθηκαν. Πρόκειται για μία αναδιατύπωση με σκοπό την αποσαφήνιση όσων ειπώθηκαν, με την αφαίρεση των ασαφών σημείων και την επιδίωξη της συγκεκριμενοποίησης και της ακρίβειας του λόγου από τον ομιλητή. Η αποσαφήνιση μπορεί να σημαίνει και την επέκταση πέρα από αυτά που έχουν ειπωθεί, χρησιμοποιώντας αυτά που έχει κατανοήσει και συνάγει ο ακροατής ανάμεσα από τις γραμμές.

Στην περίπτωσή μας, θα υλοποιήσουμε ένα παιχνίδι αναδιατυπώσεων στο οποίο οι μαθητευόμενοι θα παραλάβουν προτάσεις και ερωτήματα τα οποία θα κληθούν να αναδιατυπώσουν σύμφωνα με τους τέσσερις τύπους αναδιατύπωσης που προαναφέρθηκαν.

**Παραδείγματα:****1. Αναδιατύπωση Ηχώ**

«Νομίζω ότι ξόδεψα πολλά χρήματα στο ταξίδι μου στο Las Vegas.»

Ο αποδέκτης απαντά::

«Κατάλαβα, ξόδεψες πολλά χρήματα στο ταξίδι σου στο Las Vegas.»

«Είμαι πολύ εκνευρισμένος με τις εργασίες που έχω να κάνω στην δουλειά μου αυτές τις μέρες.»

«Τι εργασίες είναι αυτές που σε εκνευρίζουν;»

**2. Καθρέφτισμα**

«Δεν συμμετέχω σε ομαδικά παιχνίδια από τότε που έσπασα το πόδι μου σε μία φάση 'έναν προς έναν' στο χόκεϊ.»

«Καταλαβαίνω, δεν θέλεις να παίζεις ομαδικά παιχνίδια από τότε που έσπασες το πόδι σου παίζοντας χόκεϊ.»

**ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού**  
**1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων**  
**από σχετικούς τομείς**  
**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Βοηθώντας την συζήτηση και την αμοιβαία κατανόηση**

Είδος: Παιχνίδι ρόλων

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας A1, ηλεκτρονικός υπολογιστής με σύνδεση στο διαδίκτυο, μαρκαδόροι

### Διάρκεια

8 ώρες

### Πηγές

#### **Άσκηση αναδιατύπωσης**

[http://www.centrefora.on.ca/sites/default/files/documents/B1\\_CG\\_T7\\_Facilite\\_communiquer\\_0.pdf](http://www.centrefora.on.ca/sites/default/files/documents/B1_CG_T7_Facilite_communiquer_0.pdf)

### Πόροι

#### **Σειρά διαδικτυακών μαθημάτων 2018: Δεξιότητες διευκόλυνσης από τα Ενωμένα Έθνη (Online learning series 2018: Facilitation skills by the UN):**

<https://www.youtube.com/watch?v=QvLFViQiGjI>

#### **Σειρά εκπαιδευτικών βίντεο για τις δεξιότητες διευκόλυνσης (Facilitation Skills Training Video Series\_:**

<https://www.uml.edu/research/cph-new/healthy-work-participatory-program/training-support/facilitation-skills-training-videos.aspx>

#### **Δεξιότητες διευκόλυνσης 101 – εισαγωγή για αρχάριους (Facilitation skills 101 – introduction for beginners):**

<https://www.obessu.org/tools/toolbox/facilitation-techniques/facilitation-skills-101-introduction-for-beginners/>

**ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού**

1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Συναντήστε τους ντόπιους!**

Είδος Συνάντηση

**Ορολογία / θέμα**

Μοίρασμα γνώσης, συμμετοχικό, διάδοση, επικοινωνία

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Ενημερώστε τον τοπικό πληθυσμό για το έργο.
- Εμπλέξτε τις τοπικές κοινότητες στο έργο.
- Δημιουργήστε διαγενεακή αλληλεπίδραση.
- Προκαλέστε την περιέργεια για το έργο.
- Μάθετε πληροφορίες για την κληρονομιά.

**Περιγραφή**

Η διοργάνωση μιας δημόσιας συνάντησης μπορεί να είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να ενημερώσετε την τοπική κοινωνία για το τουριστικό σας έργο αλλά και για να εμπλέξετε τους ντόπιους και να τους ενθαρρύνετε να μοιραστούν την γνώση τους.

**Βήμα 1. Διάδοση**

Εάν η συνάντησή σας πρόκειται να είναι πολυπληθείς, με όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους, θα χρειαστείτε ανάλογη δημοσιότητα. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε:

- Φυλλάδια για τα κουτιά αλληλογραφίας.
- Αφίσσες στα παράθυρα καταστημάτων και σε πίνακες ανακοινώσεων της κοινότητας.
- Μία επιστολή ή διαφήμιση σε κάποιο τοπικό newsletter.
- Ένα άρθρο ή μία συνέντευξη σε μία τοπική εφημερίδα.
- Αναφορά από το τοπικό ραδιόφωνο.
- Ευρεία χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: Δημιουργία δημόσιου event στο Facebook, τακτικά tweets στο Twitter, ειδικά μία, δύο μέρες πριν από την εκδήλωση.

Εάν στόχος σας είναι να συναντηθείτε με έναν μικρό αριθμό ανθρώπων (για παράδειγμα τους κατοίκους μιας πολυκατοικίας ή ενός δρόμου), είναι καλύτερα να μιλήσετε απευθείας στους ανθρώπους χτυπώντας τις πόρτες τους ή στήνοντας έναν μικρό πάγκο στον δρόμο.



**ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού**  
**1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς**

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Συναντήστε τους ντόπιους!**

Είδος Συνάντηση

## Περιγραφή

### **Βήμα 2. Η συνάντηση**

- Συστήνετε κάθε φορά τον ομιλητή και κάποιους από τους συντελεστές του έργου και εξηγήστε τους λόγους της συνάντησης.
- Επιλέξτε δύο ομιλητές οι οποίοι να είναι ειδικοί στο αντικείμενο και δώστε ώθηση στην συνάντηση παρέχοντας ορισμένα δεδομένα και τις προοπτικές τους.
- Βεβαιωθείτε πως συστήσατε τους ομιλητές ώστε όλοι να γνωρίζουν ποιοι είναι.
- Επιτρέψτε στους συμμετέχοντες να εκφράσουν τις απόψεις τους για το θέμα.
- Εξασφαλίστε πως όλοι θα έχουν την δυνατότητα να μιλήσουν.
- Ενημερώστε τους συμμετέχοντες πως η συνεισφορά τους είναι σημαντική και με νόημα.
- Εξασφαλίστε πως η συνάντηση σαν εμπειρία είναι όσο ανοιχτή και προσβάσιμη γίνεται.
- Κρατήστε πρακτικά ή ηχογραφήστε την συνάντηση.
- Ενημερώστε για την επόμενη συνάντηση.

Μπορείτε να ολοκληρώσετε την συνάντηση προσφέροντας αναψυκτικά για να δημιουργήσετε ένα φιλικό περιβάλλον. Προσκαλέστε τους συμμετέχοντες να παραβρεθούν για να λάβετε ανατροφοδότηση και να αποκομίσετε πρόσθετες πληροφορίες.

### **Βήμα 3. Καταγραφή των συγκεντρωμένων δεδομένων**

Με το πέρας της συνάντησης, κάντε άμεσα έναν απολογισμό της συνάντησης, προσδιορίζοντας τα θετικά και αρνητικά σημεία της. Συγκεντρώστε τα πρακτικά και τις σημειώσεις που κατέγραψαν οι συμμετέχοντες για να καταρτίσετε έναν κατάλογο δεδομένων. Χρησιμοποιήστε αυτές τις πληροφορίες για να συμπληρώσετε τον κατάλογο που συντάξατε στην Δραστηριότητα 1 αυτού του Κεφαλαίου.

ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού  
1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων  
από σχετικούς τομείς

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Συναντήστε τους ντόπιους!

Είδος Συνάντησης

### Τοποθεσία

Υπαίθρια, στο επίκεντρο της αναζήτησης (πόλη, περιοχή, κλπ.)

### Απαιτούμενα υλικά

Επικοινωνιακό υλικό (φυλλάδια, αφίσσες)  
Εξέδρα, καρέκλες, αναλόγιο, μικρόφωνο, προτζέκτορας

### Διάρκεια

4 ώρες

### Πηγές

Tourism Office BASTIA

### Πόροι

**Η διαφορά μεταξύ της επικοινωνίας και της διάδοσης (The difference between communication and dissemination):**

<https://projects.leitat.org/communication-vs-dissemination-whats-the-difference/>

**Ένα παράδειγμα οδηγού διάδοσης (An example of Dissemination guide):**

[https://archive.ecml.at/documents/participants/DissemGuidEQ\\_11.10.04.pdf](https://archive.ecml.at/documents/participants/DissemGuidEQ_11.10.04.pdf)

<p><b>Μάθημα 1</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>1.3</b></p>	<p><b>Μάθημα 1:</b> Προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού μέσα από συμμετοχικές διαδικασίες <b>Κεφάλαιο 1.3:</b> Εντοπισμός και καταγραφή της κρυμμένης πολιτιστικής κληρονομιάς</p>
<p><b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b></p>	<p>Επαγγελματίες στον τουρισμό, οδηγοί τουρισμού, άλλοι επαγγελματίες και φορείς που εργάζονται για την ανάπτυξη μιας νέας περιήγησης ανακαλύψεων.</p>
<p><b>Στόχοι</b></p>	<p>Το κεφάλαιο θα σας παρέχει πρόσθετες συμμετοχικές μεθόδους ώστε:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να πετυχαίνετε καλύτερη συμμετοχή στην καταγραφή της κληρονομιάς.</li> <li>- Να αναγνωρίζετε ευκολότερα την ξεχασμένη τοπική κληρονομιά.</li> </ul>
<p><b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Να αναγνωρίζετε ευκολότερα την τοπική κληρονομιά μέσα από συμμετοχικές διαδικασίες.</li> <li>- Να συλλέγετε δεδομένα.</li> <li>- Να συνεισφέρετε γενικότερα στην αναγνώριση της πολιτιστικής κληρονομιάς.</li> </ul>
<p><b>(εκτιμώμενη) Διάρκεια</b></p>	<p>10 έως 18 ώρες</p>
<p><b>Εστίαση του περιεχομένου</b></p>	<p><i>Τοπικά, διατήρηση, ενίσχυση, προστασία, καταγραφή.</i></p>
<p><b>Εισαγωγικό κείμενο</b></p>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο, παρέχουμε λύσεις για πρόσθετες συμμετοχικές μεθόδους με τις οποίες μπορούν να ολοκληρώνονται τα Συμμετοχικά Εργαστήρια για την Πολιτιστική Κληρονομιά ή μπορούν να χρησιμοποιούνται κατά την διάρκειά τους. Μέσα από αυτές τις μεθόδους θα ολοκληρωθεί ή θα επικυρωθεί η καταγραφή της κληρονομιάς του λιμανιού.</p> <p>Αυτή η διαδικασία πρέπει να προσαρμόζεται στις κατευθύνσεις της αναζήτησης που επιλέχθηκαν από τους συμμετέχοντες στο HPW και να καλύπτει όλα τα είδη της κληρονομιάς (υλικής και άυλης). Αυτή η διαδικασία μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα για έργα που εστιάζουν στην ξεχασμένη κληρονομιά.</p>
<p><b>Λίγη θεωρία</b></p>	<p>Η Σύμβαση του Faro αναδεικνύει τις σημαντικές πτυχές της κληρονομιάς σε σχέση με τα ανθρώπινα δικαιώματα και την δημοκρατία. Πρωθεί μια ευρύτερη αντίληψη για την κληρονομιά και την σχέση της με τις κοινότητες και την κοινωνία. Η Σύμβαση μας ωθεί να κατανοήσουμε πως η σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς δεν αφορά τόσο τα αντικείμενα και τους τόπους όσο τα νοήματα και τις χρήσεις που αποδίδουν οι άνθρωποι σε αυτά, καθώς και οι</p>



αξίες που αυτά εκπροσωπούν για τους ανθρώπους και τις κοινότητές τους (δείτε περισσότερα για αυτό στον Οδηγό του HHST).

Η πολιτιστική κληρονομιά είναι σημαντική για τους Ευρωπαίους: περισσότεροι από το 80% θεωρούν πως είναι σημαντική για τους ίδιους, για την τοπική ομάδα τους, την περιφέρειά τους, και τον κόσμο (δείτε: Ευρωβαρόμετρο 2018). Σχεδόν τα τρία τέταρτα των ερωτηθέντων πιστεύουν πως οι δημόσιοι οργανισμοί θα πρέπει να αφιερώνουν περισσότερη προσοχή στην πολιτιστική κληρονομιά της Ευρώπης, και μία σημαντική πλειοψηφία πιστεύει πως οι εθνικές κυβερνήσεις, η ΕΕ, και οι τοπικές και περιφερειακές διοικήσεις θα πρέπει να κάνουν περισσότερα για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης.

Μία πρόσφατη Ευρωπαϊκή μελέτη διαπίστωσε πως οι επενδύσεις στην πολιτιστική κληρονομιά προσφέρουν μία μεγάλη ποικιλία πολιτικών ωφελημάτων, όπως την αύξηση των θέσεων εργασίας, την ανάπτυξη branding, την ελκυστικότητα της περιοχής, την ανάπτυξη της φαντασίας και της καινοτομίας, τον τουρισμό, την ποιότητα της ζωής, την σχολική εκπαίδευση και την δια βίου μάθηση, και την κοινωνική σταθερότητα. Τόνισε επίσης την σημασία μιας ολοκληρωμένης και ισορροπημένης προσέγγισης των πολιτικών για την πολιτιστική κληρονομιά. Αυτή επιτυγχάνεται με την ενσωμάτωση της επεξεργασίας, της διατήρησης, και της κατάλληλης εφαρμογής σε όλες τις στρατηγικές, τα προγράμματα, και τις δραστηριότητες. Από μία τέτοια προσέγγιση προκύπτουν οφέλη μέσα από τα τέσσερα πεδία της βιώσιμης ανάπτυξης: την οικονομία, την κοινότητα, την κοινωνία, και το περιβάλλον.

### Ένα παράδειγμα καλής πρακτικής: Η Περιπατητική Συνέντευξη

Για να περιγράψουμε αυτήν την προσέγγιση, επιλέξαμε να παρουσιάσουμε ένα απόσπασμα από την δημοσίευση “Εφαρμόζοντας τα λόγια μέσα σε ιστορικούς τόπους (Walking the talk through historic places)” του Andrew McClelland, στην οποία παρουσιάζεται το παράδειγμα μιας πρακτικής που ενθαρρύνει τις συναντήσεις και τον διάλογο με τον τοπικό πληθυσμό, επιτρέποντας την δημιουργία ενός καταλόγου της κληρονομιάς, η οποία είναι συχνά άυλη και έτσι δυσκολότερο να αναγνωριστεί σε σχέση με την υλική. Αναφέρεται στα οφέλη και τις αδυναμίες των περιπατητικών συνεντεύξεων, με δημόσια και συμμετοχική μέθοδο, και οι οποίες καταγράφονται με GPS.

*“Είναι ευκολότερο να μιλάς για μια τοποθεσία όταν την έχεις δει, ακούσει, και μυρίσει: η αναζήτηση που εστιάζει στην κληρονομιά αποκαλύπτει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των περιπατητικών συνεντεύξεων. Ως αποτέλεσμα, η περιπατητική συνέντευξη αποτελεί μια εθνογραφική μέθοδο που αποκτά πρόσβαση στην “εξειδίκευση του πολίτη” μέσα στον τόπο του, και μία από τις πολυάριθμες δημόσιες συμμετοχικές μεθόδους που μπορούν να προσαρμοστούν εύκολα σε πρακτικές διατήρησης.*

*Δεν υπάρχει μία προσέγγιση που να ταιριάζει σε κάθε διενέργεια περιπατητικής συνέντευξης. Το περιδιάβασμα (bimble), για παράδειγμα, είναι ένα περπάτημα χωρίς προκαθορισμένο σκοπό ή διαδρομή, το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί από ακτιβιστές σε κατασκηνώσεις διαμαρτυρίας για το περιβάλλον. Στο συνοδευτικό (go along), οι συμμετέχοντες ακολουθούνται στην καθημερινή τους ρουτίνα από τον ερευνητή ο οποίος κατά την διάρκειά της ρωτά εστιασμένες ερωτήσεις.*





	<p>Αρκετά από τα οφέλη της περιπατητικής συνέντευξης θα προκύψουν στους επαγγελματίες της διατήρησης διαισθητικά. Για τους αρχάριους, είναι ευκολότερο να μιλάς για έναν τόπο όταν είσαι εκεί. Τα τοπία, οι ήχοι, και οι μυρωδιές της τοποθεσίας, για παράδειγμα, παρέχουν σε όλες τις αισθήσεις άμεση αφορμή για συζήτηση.</p> <p>Αξίζει να σημειωθεί πως η περιπατητική συνέντευξη και οι σχετικές μέθοδοι βασίζονται σε διαφορετικές φιλοσοφικές προσεγγίσεις για την κληρονομιά και τις τοποθεσίες. Πραγματικά, οι τοποθεσίες προσδιορίζονται από κάτι περισσότερο από τα φυσικά χαρακτηριστικά τους ή τα υλικά στοιχεία τους, είτε είναι ιστορικά, είτε όχι. Αντλούν επίσης το νόημα και την σημασία τους από τις μακροχρόνιες σχέσεις που διαμορφώνουν μαζί τους και μέσα από αυτές, οι άνθρωποι, οι οποίες είναι άρρηκτα δεμένες με τις δραστηριότητες, τις εμπειρίες, και τις πρακτικές που κρατάνε μέσα τους.</p> <p>Η διαδικασία αποτίμησης του ιστορικού περιβάλλοντος είναι εγγενώς δυναμική, και παρουσιάζει αμέτρητες δυσκολίες για αυτούς που σχεδιάζουν τις πολιτικές για την κληρονομιά, και τους επαγγελματίες και ειδικά με όρους αποτελεσματικής ενσωμάτωσης των κοινωνικών και κοινοτικών αξιών μέσα σε όλες τις φάσεις της λήψης αποφάσεων.”</p> <p>Η χρήση μεθόδων οι οποίες δεν είναι ευρέως διαδεδομένες στις πρακτικές διατήρησης, υπήρξε μια συνειδητή επιλογή για την σύλληψη των κοινωνικών και άυλων αξιών που σχετίζονται με την κληρονομιά η οποία κρύβεται μέσα στην καθημερινότητα. Αυτή η επιλογή εκφράζει την επιδίωξη της συμμετοχικότητας πολλών διεθνών χαρτών και συμβάσεων (π.χ. Σύμβαση του Faro).</p>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	<p>Οι προτεινόμενες δραστηριότητες είναι επιπρόσθετα εργαλεία τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τον συντονιστή του Συμμετοχικού Εργαστηρίου για την Πολιτιστική Κληρονομιά (HPW), ή από τον υπεύθυνο οργανισμό για τον σχεδιασμό τουριστικών δραστηριοτήτων:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ξενάγηση για την γνωριμία με τους ντόπιους.</li><li>2. Καθορισμός του βασικού θέματος της Περιήγησης Ανακάλυψης.</li></ol>
<b>Παραπομπές</b>	<p><b>Η Περιπατητική Συνέντευξη (The Walking Interview)</b> <a href="https://zenodo.org/record/1469738#.YN3NsehLiUk">https://zenodo.org/record/1469738#.YN3NsehLiUk</a></p>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<p><b>Ανακαλύψτε επιπλέον καλές πρακτικές συμμετοχικών μεθόδων για τον εντοπισμό της κληρονομιάς:</b></p> <p><b>Η πολιτιστική κληρονομιά όλων (Everyone’s Cultural heritage)</b> <a href="https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/-/everyone-s-cultural-herita-1">https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/-/everyone-s-cultural-herita-1</a></p> <p><b>Καθοδήγηση για την καταγραφή της κληρονομιάς</b></p>



- [https://ich.unesco.org/doc/src/Guidance\\_note\\_on\\_inventorying\\_EN.pdf](https://ich.unesco.org/doc/src/Guidance_note_on_inventorying_EN.pdf)
- <https://book.coe.int/fr/patrimoine-culturel/4171-guidance-on-inventory-and-documentation-of-the-cultural-heritage.html>

# ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού

## 1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Οραματίζετε τον ρόλο του συντονιστή!

Είδος: Μίμηση

#### Ορολογία / θέμα

Συντονιστής, εμπύχωση ομάδας, συμμετοχή

#### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Εκμάθηση των αρμοδιοτήτων του συντονιστή.
- Εκμάθηση της εμπύχωσης μιας ομάδας.

#### Περιγραφή

**Βήμα 1:** Εξηγήστε στην ομάδα πως ένας-ένας θα πρέπει να μιμηθούν ή να ζωγραφίσουν ορισμένες ενέργειες που εκπροσωπούν κάποιους από τους ρόλους του συντονιστή. Η υπόλοιπη ομάδα θα πρέπει να μαντέψει.

Παρουσιάστε στον χαρτοπίνακα έναν κατάλογο των ενεργειών ενός συντονιστή για 5 λεπτά και ζητήστε από κάθε έναν να διαβάσει έναν ρόλο στην ομάδα. Μετά την ανάγνωση κρύψτε τον κατάλογο.

**Βήμα 2:** Ο συντονιστής ετοιμάζει κομμάτια χαρτί και αναγράφει στο καθένα μία ενέργεια. Ζητά να πάρουν ένας-ένας από αυτά τα χαρτιά και με μίμηση ή ζωγραφική (ανάλογα με την προτίμησή τους) να βοηθήσουν τους υπόλοιπους ώστε να μαντέψουν την ενέργεια που αναγράφεται στο χαρτί.

**Βήμα 3:** Μόλις η ομάδα μαντέψει την ενέργεια, ο εκπαιδευόμενος που έκανε την μίμηση επικολλά το χαρτί στον πίνακα. Στην συνέχεια ο επόμενος επιλέγει στην τύχη ένα χαρτί (Βήμα 2).

**Βήμα 4:** Ο εκπαιδευτής προσκαλεί τους συμμετέχοντες σε μία συζήτηση για τους ρόλους που παρουσιάστηκαν, καθώς και για πιθανούς άλλους ρόλους του εμπυχωτή της ομάδας οι οποίοι θα πρέπει να αναφερθούν. Οι συμμετέχοντες μπορούν επίσης να συζητήσουν για τους προτεινόμενους ρόλους και τις διάφορες πτυχές τους.



ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού

1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Οραματίζετε τον ρόλο του συντονιστή!

Είδος: Μίμηση

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Έγγραφο: Οι ρόλοι του συντονιστή  
Χαρτοπίνακας, μαρκαδόροι

### Διάρκεια

2 ώρες

### Πηγές

Εμπύχωση μικρών ομάδων (Fesfo, Animation of small groups)  
[https://fesfo.ca/wpcontent/uploads/2014/09/guides/animation\\_petit\\_groupe.pdf](https://fesfo.ca/wpcontent/uploads/2014/09/guides/animation_petit_groupe.pdf)

### Πόροι

**Ο ρόλος του συντονιστή**  
[https://fesfo.ca/wp-content/uploads/2014/09/guides/animation\\_petit\\_groupe.pdf](https://fesfo.ca/wp-content/uploads/2014/09/guides/animation_petit_groupe.pdf)

# ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού

## 1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Οραματίζετε τον ρόλο του συντονιστή!

Είδος: Μίμηση

#### Ορολογία / θέμα

Συντονιστής, εμπύχωση ομάδας, συμμετοχή

#### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Εκμάθηση των αρμοδιοτήτων του συντονιστή.
- Εκμάθηση της εμπύχωσης μιας ομάδας.

#### Περιγραφή

**Βήμα 1:** Εξηγήστε στην ομάδα πως ένας-ένας θα πρέπει να μιμηθούν ή να ζωγραφίσουν ορισμένες ενέργειες που εκπροσωπούν κάποιους από τους ρόλους του συντονιστή. Η υπόλοιπη ομάδα θα πρέπει να μαντέψει.

Παρουσιάστε στον χαρτοπίνακα έναν κατάλογο των ενεργειών ενός συντονιστή για 5 λεπτά και ζητήστε από κάθε έναν να διαβάσει έναν ρόλο στην ομάδα. Μετά την ανάγνωση κρύψτε τον κατάλογο.

**Βήμα 2:** Ο συντονιστής ετοιμάζει κομμάτια χαρτί και αναγράφει στο καθένα μία ενέργεια. Ζητά να πάρουν ένας-ένας από αυτά τα χαρτιά και με μίμηση ή ζωγραφική (ανάλογα με την προτίμησή τους) να βοηθήσουν τους υπόλοιπους ώστε να μαντέψουν την ενέργεια που αναγράφεται στο χαρτί.

**Βήμα 3:** Μόλις η ομάδα μαντέψει την ενέργεια, ο εκπαιδευόμενος που έκανε την μίμηση επικολλά το χαρτί στον πίνακα. Στην συνέχεια ο επόμενος επιλέγει στην τύχη ένα χαρτί (Βήμα 2).

**Βήμα 4:** Ο εκπαιδευτής προσκαλεί τους συμμετέχοντες σε μία συζήτηση για τους ρόλους που παρουσιάστηκαν, καθώς και για πιθανούς άλλους ρόλους του εμπυχωτή της ομάδας οι οποίοι θα πρέπει να αναφερθούν. Οι συμμετέχοντες μπορούν επίσης να συζητήσουν για τους προτεινόμενους ρόλους και τις διάφορες πτυχές τους.



ΜΑΘΗΜΑ 1: Συμμετοχικός προσδιορισμός της κληρονομιάς του λιμανιού

1.2: Διευκόλυνση του διαλόγου σε τοπικό επίπεδο μεταξύ ανθρώπων από σχετικούς τομείς

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Οραματίζετε τον ρόλο του συντονιστή!

Είδος: Μίμηση

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Έγγραφο: Οι ρόλοι του συντονιστή  
Χαρτοπίνακας, μαρκαδόροι

### Διάρκεια

2 ώρες

### Πηγές

Εμπύχωση μικρών ομάδων (Fesfo, Animation of small groups)  
[https://fesfo.ca/wpcontent/uploads/2014/09/guides/animation\\_petit\\_groupe.pdf](https://fesfo.ca/wpcontent/uploads/2014/09/guides/animation_petit_groupe.pdf)

### Πόροι

#### **Ο ρόλος του συντονιστή**

[https://fesfo.ca/wp-content/uploads/2014/09/guides/animation\\_petit\\_groupe.pdf](https://fesfo.ca/wp-content/uploads/2014/09/guides/animation_petit_groupe.pdf)

<p><b>Μάθημα 2</b></p> <p><b>Κεφάλαιο 2.1</b></p>	<p>ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΕΩΝ ΑΝΑΚΑΛΥΨΗΣ</p> <p><b>Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται στις περιηγήσεις ανακάλυψης</b></p>
<p><b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b></p>	<p>Επαγγελματίες του τουρισμού, ξεναγοί (νέοι ή επίδοξοι)</p>
<p><b>Στόχοι</b></p>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο, θα αναζητήσουμε πώς να αναπτύξουμε έναν σχεδιασμό σε σχέση με τους πολιτιστικούς θησαυρούς που προσδιορίστηκαν κατά την διάρκεια του ΗΡW (δείτε τα προηγούμενα κεφάλαια).</p> <p>Αυτό το Κεφάλαιο θα σας παρέχει εργαλεία για να προσδιορίσετε καλύτερα τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του έργου σας για το λιμάνι και την σχεδιαζόμενη περιήγηση ανακάλυψης.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Υλοποιήστε μια ανάλυση SWOT για το έργο σας.</li> <li>- Κάντε έναν σχεδιασμό για τις μακροπρόθεσμες και μεσοπρόθεσμες επιδιώξεις σας.</li> </ul>
<p><b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Γνώση για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του λιμανιού.</li> <li>- Επιλογή θεμάτων σε σχέση με την προηγούμενη συμμετοχική διαδικασία.</li> <li>- Καλύτερη ενσωμάτωση των οικονομικών και κοινωνικών οφελών από το τουριστικό έργο σας.</li> <li>- Παροχή λεπτομερειών για τις εκτιμώμενες, μετρήσιμες και μη, βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες επιπτώσεις του έργου σύμφωνα με την επιλεγμένη προσέγγιση.</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Να είστε σε θέση να προσδιορίσετε τις προτεραιότητες της επίσκεψης και τα διαφορετικά προφίλ της (ιστορικά, τοπογραφικά, γεωσιγνώστικά, κλπ.).</li> <li>● Να είστε σε θέση να ρυθμίσετε την διάρκεια.</li> <li>● Να είστε σε θέση να ελέγχετε και να οργανώνετε τους τρόπους της διαδρομής.</li> <li>● Να είστε σε θέση να κάνετε διάγνωση πριν την κοινοποίηση μιας νέας τουριστικής προσφοράς.</li> <li>● Να είστε σε θέση να προετοιμάσετε μία παρουσίαση στο διαδίκτυο.</li> </ul> </div>
<p><b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b></p>	<p>3 έως 5 ώρες</p>



<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	Ομάδες στις οποίες απευθύνεται το έργο, σχεδιασμός επιδιώξεων, θέμα, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο θα σας βοηθήσουμε να μάθετε καλύτερα πως να διαμορφώσετε μία περιήγηση ρυθμίζοντας την διάρκεια, the <b>route modalities</b>, την ιεράρχηση των επισκέψεων, κλπ. Θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε την παρακάτω ερώτηση εστιάζοντας ειδικά στην κληρονομιά των λιμανιών:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Πώς να διαμορφώσετε τα επιμέρους στοιχεία μιας περιήγησης ανακάλυψης;</li></ul>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p>Ο σχεδιασμός μιας περιήγησης συντελείται σε πολλές φάσεις, οι οποίες μπορούν να συνοψιστούν σε τρία κύρια σημεία που προηγούνται της ξενάγησης και της τουριστικής συνοδείας: ο προσδιορισμός των ομάδων στις οποίες απευθυνόμαστε, η σε βάθος γνώση του πλαισίου, η ανάπτυξη μιας ιστορίας.</p> <p>Κάθε μία από αυτές τις φάσεις είναι αυστηρά λειτουργική προς τις άλλες και η επιτυχία και αποτελεσματικότητα της περιήγησης εξαρτάται από την πληρότητα της κάθε μιας.</p> <p><b>ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ ΕΡΓΟ</b></p> <p>Θεμελιώδες στοιχείο για την πραγματοποίηση της διαδρομής είναι η ανάλυση των ομάδων στις οποίες θα απευθυνθείτε. Συχνά είναι το θέμα ή τα τεχνικά χαρακτηριστικά της διαδρομής που περιγράφουν το προφίλ του καταλληλότερου κοινού. Για την περίπτωση ενός λιμανιού, είναι εύκολο να βρεθεί μία διαδρομή προσβάσιμη από όλους. Ωστόσο, το θέμα και η αφήγηση μπορεί να ελκύουν κάποιο κοινό περισσότερο από κάποιο άλλο (για παράδειγμα, οι ιστορικές ξεναγήσεις μπορεί να είναι ιδιαίτερα ελκυστικές για ηλικιωμένους ανθρώπους, ενώ η τέχνη στον δρόμο μπορεί να ελκύει περισσότερο ένα νεαρό κοινό, κλπ.).</p> <p><b>Μάθετε για το είδος των επισκεπτών και τουριστών στην παρούσα φάση</b></p> <p>Χρησιμοποιήστε έρευνες και ερωτηματολόγια για να κατανοήσετε ακριβώς ποιός επισκέπτεται την πόλη αυτή την στιγμή, τότε, γιατί και με ποιον αντίκτυπο.</p> <p><b>Προσδιορίστε το μέγιστο όριο συμμετεχόντων τουριστών (Δυνατότητα επιβάρυνσης)</b></p> <p>Διατηρείστε μία επίγνωση για τον αριθμό και το είδος των επισκεπτών που θα αφιχθούν στο μέλλον, αξιολογώντας την αυξητική πίεση και την δυνατότητα της αγοράς.</p> <p>Αποφασίστε εάν, πού και πότε θα πρέπει να εφαρμόσετε όρια στον αριθμό και το είδος των επισκεπτών που θα πρέπει να φιλοξενοούνται στο μέλλον, ώστε να μην υποβαθμιστεί το περιβάλλον και η κληρονομιά (Δυνατότητα επιβάρυνσης). Συνυπολογίστε όχι μόνο τα περιβαλλοντικά όρια, αλλά και τα κοινωνικά καθώς και τα όρια της διαμονής.</p> <p><b>Επιλέξτε τα είδη τουρισμού που συνδυάζουν τους πόρους και τις απαιτήσεις της αγοράς</b></p> <p>Βασιζόμενοι στην αξιολόγηση των αναγκών, των πόρων και των αγορών, προσδιορίστε τα πλέον κατάλληλα είδη βιώσιμου τουρισμού για την τοποθεσία στο μέλλον.</p>





## ΓΝΩΣΗ ΤΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΣΕ ΒΑΘΟΣ

### Γνωρίστε σε βάθος την τοποθεσία ή τις τοποθεσίες για τις οποίες προορίζονται οι δραστηριότητες

Αυτό βασίζεται στην άριστη γνώση των αναγκών και των ευαίσθητων σημείων της τοποθεσίας ή των τοποθεσιών που μπορούν ακόμα να συνθέτουν ένα λειτουργικό σύστημα. Τα προηγούμενα βήματα θα πρέπει να έχουν βοηθήσει στην συμμετοχική καταγραφή των πολιτιστικών, φυσικών και ανθρώπινων πόρων, μέσα από την αξιολόγηση της υφιστάμενης ευμάρειάς τους και τις ανάγκες για προστασία, καθώς και των δυνατοτήτων της τουριστικής ανάπτυξης.

Εάν είναι απαραίτητο, εμβαθύνετε τις γνώσεις σας για τις περιοχές που εξετάζετε, ώστε να έχετε πιο ακριβή αντίληψη για την πιθανή ευαλωτότητά τους.

Υπάρχουν πολλά πρακτικά βοηθήματα για την ανάπτυξη ενός σχεδιασμού επιδιώξεων για ένα συγκεκριμένο θέμα. **Εδώ σαν προτείνουμε την ανάλυση SWOT** (Πλεονεκτήματα/Μειονεκτήματα/Ευκαιρίες/Απειλές):

Αυτό το βοήθημα υλοποιεί μία διάγνωση πριν από την εκκίνηση ενός έργου και αποσκοπεί στην αξιολόγηση της συνάφειας ενός σχεδιασμού επιδιώξεων μελλοντικά. Μία τέτοια ανάλυση θα σας βοηθήσει να προσδιορίσετε τους κύριους άξονες που θα υποστηρίξουν ή θα εμποδίσουν τους σχεδιασμούς και το έργο σας.

#### Η ανάλυση SWOT βασίζεται:

##### 1) Στην εσωτερική ανάλυση

Η εσωτερική διάγνωση αποτελεί το πρώτο μεγάλο βήμα της ανάλυσης SWOT: θα εστιάσουμε εδώ στα κληρονομημένα στοιχεία την επιλεγμένης περιοχής - και άρα ανεξάρτητα από το εξωτερικό περιβάλλον.

- **Πλεονεκτήματα:** Τα πλεονεκτήματα είναι όλοι οι εσωτερικοί παράγοντες που ασκούν θετική επίδραση. Μπορούν να λαμβάνουν πολλές μορφές και να διαφοροποιούνται σημαντικά από την μία περίπτωση στην άλλη. Για παράδειγμα, μία καλή τοπική συνεργασία που δραστηριοποιείται στο έργο σας, μία πολύ καλή φήμη του λιμανιού, ένας καλός επικοινωνιακός σχεδιασμός, κλπ. Η καταγραφή των πλεονεκτημάτων είναι σίγουρα το πιο απλό βήμα σε μία ανάλυση SWOT, αλλά είναι απολύτως αναγκαία: σας επιτρέπει να έχετε επίγνωση των εσωτερικών ποιοτήτων και να οικοδομείτε πάνω τους.
- **Μειονεκτήματα:** Η καταγραφή των μειονεκτημάτων δεν είναι μία εύκολη εργασία. Απαιτεί να σταθείτε ένα βήμα πίσω και να είστε όσο πιο αντικειμενικοί γίνεται προκειμένου να αναγνωρίσετε τί μπορεί να είναι λάθος, αφού τίποτα δεν είναι ποτέ τέλει... Για παράδειγμα, μία αδιάφορη εικόνα της πόλης, το χαμηλό ενδιαφέρον των τοπικών παραγόντων, η απουσία ευελιξίας στις υπηρεσίες, κλπ.

Εξετάζοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα, μπορεί να διενεργηθεί μια εσωτερική διάγνωση, η οποία θα σας βοηθήσει να αποκομίσετε σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με:

- Περιοχές που επιδέχονται βελτίωση ώστε να εστιάσετε σε αυτές.
- Καλές πρακτικές που πρέπει να διατηρούνται.

##### 2) Εξωτερική ανάλυση



Προσφέρει μια αναλυτική εικόνα των στοιχείων που μπορούν να έχουν θετική ή αρνητική επίπτωση στο έργο σας:

- Οι ευκαιρίες: το έργο σας περιβάλλεται από ένα συνεχώς εξελισσόμενο περιβάλλον. Το ερώτημα είναι εάν μπορείτε να αξιοποιήσετε αυτό το εξελισσόμενο περιβάλλον ή όχι. Οι ευκαιρίες μπορεί να είναι πολλών ειδών: η αύξηση του τουρισμού στην περιοχή, η βελτίωση στην περιοχή των πολιτικών για τον τουρισμό, νέες εγκαταστάσεις που βοηθούν την πρόσβαση στην περιοχή, κλπ.
- Οι απειλές: το έργο σας είναι πιθανό να αντιμετωπίσει κάποιες απειλές. Τον υφιστάμενο ανταγωνισμό, την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού στην πόλη, κλπ. Είναι σημαντικό να αναγνωρίζονται αυτές οι απειλές, καθώς και τα πιθανά μέτρα αντιμετώπισης ή προσαρμογής με τα οποία θα αντιμετωπιστούν.

Μία από τις προτεινόμενες δραστηριότητες θα σας παρουσιάσουν την **Συμμετοχική Ανάλυση SWOT**.

#### ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΑ

Από την στιγμή που έχει ολοκληρωθεί η ανάλυση και έχει προσδιοριστεί το βασικό θέμα (δείτε το Μάθημα 1), είναι απαραίτητο να κατανοήσετε πώς θα το αναπτύξετε, ή πώς θα συνδυάσετε τα επιμέρους στοιχεία μέσα σε ένα πραγματικό αφήγημα. Είναι ώρα για σύνθεση: επιλέγονται μόνο οι πληροφορίες και τα στοιχεία που είναι σημαντικά για την ιστορία και από αυτά διαμορφώνονται τα διάφορα στάδια της περιήγησης, αναθέτοντας στο καθένα από αυτά να συρράψει τα διαφορετικά στοιχεία της αφήγησης.

Πρέπει συνεχώς να διατηρείτε το θέμα και την δημόσια εικόνα κατά νου, ώστε να συνθέσετε όλα τα στοιχεία μαζί για να διαμορφώσετε μία ρέουσα και εύκολα αφομοιώσιμη αφήγηση. Είναι επίσης καλό να θυμάστε πως ο ξεναγός είναι ένας ερμηνευτής της ιστορίας, αλλά πάνω από όλα έχει την ευθύνη να μεσολαβεί μεταξύ των επισκεπτών και της πολιτιστικής κληρονομιάς, η κατανόηση της οποίας βασίζεται συχνά στην περιγραφική ικανότητά του.

Μέσα στους αιώνες, οι πόλεις, τα μνημεία, οι φυσικές περιοχές έχουν αλλάξει σημαντικά την φυσιογνωμία τους. Συμβαίνει συχνά πράγματα για τα οποία μιλάμε να μην υπάρχουν διατηρημένα πλέον, παρά μόνο ως μνήμη. Όταν βρισκόμαστε αντιμέτωποι με ένα πλαίσιο το οποίο έχει αλλάξει καθοριστικά, ως προς το μέγεθος και το σχήμα, είναι απαραίτητο να μπορούμε να εξισορροπήσουμε αυτό που έχει χαθεί με αυτό που έχει διατηρηθεί.

#### Πώς να διαμορφώσετε μία αφήγηση για την περιήγηση ανακάλυψης σας

Ο καλύτερος τρόπος για να παρουσιάσετε μια διαδρομή είναι να χρησιμοποιήσετε την λεγόμενη **“αφήγηση ιστοριών (storytelling)”**. Με αυτήν την αφήγηση θα μετατρέψετε ένα ταξιδιωτικό προϊόν σε μια **καθηλωτική εμπειρία**, που έχει την δυνατότητα να εμπλέξει τον επισκέπτη με όλες τις αισθήσεις του. Στην πραγματικότητα, το κοινό επιζητά αυθεντικές, αληθινές και αξιομνημόνευτες ιστορίες, οι οποίες εγείρουν συναισθηματικές αντιδράσεις. Για να υπάρχει τέτοια ανταπόκριση είναι σημαντικό στο επίκεντρο της αφήγησης να μην βρίσκεται η πιστότητα της περιγραφής της τοποθεσίας, αλλά **το ανθρώπινο στοιχείο (δείτε το Μάθημα 3 - Η ερμηνεία της κληρονομιάς)**.

Η αφήγηση ιστοριών, επομένως, σας επιτρέπει να οικοδομήσετε γύρω από την εμπειρία που θέλετε να παρουσιάσετε ή την ιστορία που θέλετε να προωθήσετε, αυτά τα οποία ο επισκέπτης μπορεί να αναγνωρίσει και να αισθανθεί ως μέρος τους ο ίδιος.

#### Προκειμένου να είστε επιτυχής και αποδεκτός η ιστορία σας θα πρέπει:

- Να αφορά συγκεκριμένα το λιμάνι, την πόλη ή την περιοχή.
- Να είναι συνοπτική και σαφής.
- Να συνδέεται με την εμπειρία κάποιων επισκεπτών.
- Να προκαλεί περιέργεια.



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Να έχει απήχηση και να προκαλεί το ενδιαφέρον των ντόπιων και των επισκεπτών.</li><li>• Να περιέχει στοιχεία πανανθρώπινων αξιών και ιστορίας, ή να συνδέεται με ένα πανανθρώπινο μήνυμα.</li></ul>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	Δραστηριότητα 1 – Μία ειδική περιήγηση για ειδικούς επισκέπτες! Δραστηριότητα 2 – Μία συμμετοχική ανάλυση SWOT Δραστηριότητα 3 – Μία αποτελεσματική αφήγηση ιστοριών
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<p>Σχεδιασμός ενός οδηγού περιήγησης <a href="https://tourismcouncilwa.com.au/mentoring-development/develop-your-business-online-guide/pricing-tools-checklists-and-templates/planning-tour-itinerary-guide">https://tourismcouncilwa.com.au/mentoring-development/develop-your-business-online-guide/pricing-tools-checklists-and-templates/planning-tour-itinerary-guide</a></p> <p>Πώς να σχεδιάσετε την δική σας ταξιδιωτική περιήγηση: Ένας οδηγός βήμα-βήμα (How To Plan Your Own Travel Itinerary: A Step By Step Guide) <a href="https://www.beautifullytravelled.com/plan-travel-itinerary-guide/">https://www.beautifullytravelled.com/plan-travel-itinerary-guide/</a></p> <p>Η εμπλοκή της κοινότητας σε πολιτιστικές περιηγήσεις (Community engagement in cultural routes) <a href="https://www.interreg-central.eu/Content.Node/http://www.interreg-central.eu/Content.Node/ECRR.html/CE81-ECRR-D.T1.1.1-Work-paper-Promotion-Transnational-Cultur">https://www.interreg-central.eu/Content.Node/http://www.interreg-central.eu/Content.Node/ECRR.html/CE81-ECRR-D.T1.1.1-Work-paper-Promotion-Transnational-Cultur</a></p> <p>Ιδέες πολιτιστικών περιηγήσεων, οι αρχές για τον σχεδιασμό και την διατήρησή τους (Cultural route concepts, their planning and management principles) <a href="https://books.openedition.org/ifeagd/738?lang=it">https://books.openedition.org/ifeagd/738?lang=it</a></p> <p><i>Μάθετε περισσότερα για την αφήγηση ιστοριών</i></p> <p>Καταπληκτικές εμπειρίες μέσα από την αφήγηση ιστοριών. Ξεκλειδώνοντας τα μυστικά της επιτυχούς αφήγησης ιστοριών (Extraordinary Experiences through Storytelling Unlocking the Secrets of Successful Storytelling (Queensland Tourism and Events)) <a href="https://cdn2-teq.queensland.com/~media/33f638f4e30f4155874d9bea1ce66f13.ashxtarget=?la=en-au&amp;vs=2&amp;d=20180320T163015">https://cdn2-teq.queensland.com/~media/33f638f4e30f4155874d9bea1ce66f13.ashxtarget=?la=en-au&amp;vs=2&amp;d=20180320T163015</a></p> <p>Βοηθήματα αφήγησης ιστοριών για τον ξεναγό (Tour Guide Storytelling Tips) <a href="https://thetripschool.com/2018/10/03/storytelling/">https://thetripschool.com/2018/10/03/storytelling/</a></p> <p>Πώς να γράψετε ένα σενάριο για τον ξεναγό το οποίο να εντυπωσιάζει τους επισκέπτες (How to Write a Tour Guide Script that Wows Guests) <a href="https://www.checkfront.com/blog/tour-guide-storytelling">https://www.checkfront.com/blog/tour-guide-storytelling</a></p>



**Harbor Heritage Story Telling**



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

## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

2.1: Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται σε περιηγήσεις ανακαλύψεων

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Μία ιδιαίτερη περιήγηση για ξεχωριστούς επισκέπτες!**

Είδος: Προσομοίωση / καταγισμός ιδεών

### Ορολογία/θέμα

Περιήγηση ανακαλύψεων, ιδέα, μελέτη, επιλογή κοινού απεύθυνσης, υλοποίηση.

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Καλή γνώση των τάσεων / νέων προτιμήσεων στον πολιτιστικό τουρισμό.
- Ικανότητα προσδιορισμού των σημαντικότερων τοποθεσιών και των προφίλ τους (ιστορικές, τοπιογραφικές, γαστρονομικές, κλπ.).
- Ικανότητα ρύθμισης της διάρκειας.
- Ικανότητα ελέγχου και οργάνωσης των τροποποιήσεων στην διαδρομή.

### Περιγραφή

#### **Βήμα 1 – Οι ερωτήσεις 5W για τον καλύτερο προσδιορισμό των ομάδων απεύθυνσης**

Ξεκινώντας, απαντήστε τις παρακάτω υποθετικές ερωτήσεις:

1) Ποιός (WHO); Γνωρίστε τον ταξιδιώτη (ηλικία, φύλο, προέλευση, επίπεδο μόρφωσης, με ή χωρίς οικογένεια, κλπ.).

2) Γιατί (WHY);

Γιατί ο δυνητικός επισκέπτης θα θελήσει να ακολουθήσει την συγκεκριμένη διαδρομή;

Αποκλειστικά για διασκέδαση, ιστορικό, γαστρονομικό, τοπιογραφικό ενδιαφέρον;

- Από ενδιαφέρον να δει κάτι συγκεκριμένο;
- Η επίσκεψη αφορά συγκεκριμένο χρόνο;
- Υπάρχει ενδιαφέρον για άλλες επισκέψεις;
- Πρόκειται για ειδικούς σε κάποιον τομέα οι οποίοι θέλουν να εμβαθύνουν σε συγκεκριμένες γνώσεις;

3) Πότε (WHEN); Τόσο η διάρκεια όσο και ο χρόνος επηρεάζουν το σύνολο της διοργάνωσης.

4) Πού (WHERE); Ο προορισμός που μπορεί να ήταν σημαντικός μέχρι πρότινος, μπορεί να μην είναι πλέον και έτσι, εγείρεται το ερώτημα «γιατί;». Προσδιορίζοντας τους λόγους για τους οποίους οι επισκέπτες θα θελήσουν να συμμετάσχουν στην περιήγησή σας θα βοηθηθείτε να αποφασίσετε για το «πού;».

5) Τι (WHAT); Με βάση τα προηγούμενα ερωτήματα, το σχέδιο της περιήγησης έχει καθοριστεί, δηλαδή τί να κάνετε και πώς να το κάνετε.

#### **Βήμα 2 - Αποφασίστε**

Για να κάνετε μία προσομοίωση της δομής της περιήγησης, αποφασίστε για τα βασικά στοιχεία της:

- Ημερομηνίες – διάρκεια και περίοδος.
- Μέσα μεταφοράς (αποκλειστικά περπάτημα, περπάτημα και δημόσια μέσα μεταφοράς, κλπ.).
- Τρόποι επισκέψεων (με ξενάγηση ή χωρίς).



## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

### 2.1: Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται σε περιηγήσεις ανακαλύψεων

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Μία ιδιαίτερη περιήγηση για ξεχωριστούς επισκέπτες!

Είδος: Προσομοίωση / καταγισμός ιδεών

#### Περιγραφή

- Τυχόν άλλες υπηρεσίες (συστάσεις για εστίαση ή αγορές, συναντήσεις με ανθρώπους της περιοχής, κλπ.).

#### **Βήμα 3 – Τελικό προσχέδιο**

Προχωρήστε στο τελικό προσχέδιο: πάνω σε έναν χάρτη της περιοχής αναφοράς, οι συμμετέχοντες θα σχεδιάσουν την περιήγηση ανακαλύψεων.

Σε ένα άλλο χαρτί θα γράψουν:

- Τις στάσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος (ή τις τοποθεσίες) και τις βασικές πληροφορίες που σχετίζονται με το βασικό θέμα της περιήγησης.
- Τους πρεσβευτές που θα μπορούσαν να γνωρίσουν οι επισκέπτες σε κάθε στάση.
- Κάποιες πιθανές εναλλακτικές.

#### Προαπαιτούμενα

Βασικές έννοιες για τον βιώσιμο τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό και επαγγελματικά στοιχεία που αφορούν τον τουρισμό. Εξοικείωση με την χρήση υπολογιστών και διαδικτύου.

#### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνεδρίαση

#### Απαιτούμενα υλικά

Ηλεκτρονικός υπολογιστής, εκτυπωτής, πρόσβαση στο διαδίκτυο

#### Διάρκεια

2-3 ώρες

#### Πηγές

Η εμπλοκή της κοινότητας στις πολιτιστικές περιηγήσεις

<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/http-//www.interreg-central.eu/Content.Node/ECRR.html/CE81-ECRR-D.T1.1.1-Work-paper-Promotion-Transnational-Cultur>

Ιδέες για πολιτιστικές διαδρομές, οι αρχές του σχεδιασμού και της διαχείρισής τους

<https://books.openedition.org/ifeagd/738?lang=it>

Άλλοι σύνδεσμοι στην Ιταλική γλώσσα:

[https://www.aisre.it/images/old\\_papers/Itinerari%20culturali%20e%20Patrimonio%20intangible.pdf](https://www.aisre.it/images/old_papers/Itinerari%20culturali%20e%20Patrimonio%20intangible.pdf)

<https://www.frh-europe.org/cms/wp-content/uploads/2018/09/Modules-Italian.pdf>

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Μία συμμετοχική ανάλυση SWOT

Είδος: συνάντηση

## Ορολογία / θέμα

Σχεδιασμός, θέμα, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, ανάλυση SWOT

## Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Επίγνωση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων της περιοχής.
- Εφαρμογή διάγνωσης πριν την έναρξη του έργου.

## Περιγραφή

Συναντιόμαστε άλλη μία φορά με όλους τους συντελεστές για να υλοποιήσουμε μία ανάλυση SWOT. Στην συνέχεια, ακολουθώντας τα αποτελέσματά της προσπαθούμε να σχεδιάσουμε την ανάπτυξη του έργου μας.

**Βήμα 1. Γενική παρουσίαση**

Θα παρουσιάσουμε πρώτα την ιδέα της εφαρμογής της ανάλυσης SWOT αλλά και τον στόχο αυτής της άσκησης.

**Βήμα 2. Ψηφοφορία για την ανάλυση SWOT**

Κάθε ένας από τους συμμετέχοντες θα ρίξει σε μία κάλη, με μυστική ψηφοφορία, ένα πλεονέκτημα, ένα μειονέκτημα, μία ευκαιρία και μία απειλή που αφορούν την περιοχή του. Ο συντονιστής θα συλλέξει τα ψηφοδέλτια και θα τα τοποθετήσει πάνω σε ένα από τα 4 πλαίσια της ανάλυσης SWOT, πάνω στον πίνακα. Θα σχηματιστεί μια εικόνα των προτάσεων.

**Βήμα 3. Συμπλήρωση των στοιχείων που λείπουν**

Όταν καταμετρηθούν οι ψήφοι, θα πρέπει να εμφανιστεί μία γενική τάση που θα αφορά όλα τα μέρη της ανάλυσης.

Ακολουθεί τότε ένας δεύτερος γύρος στον οποίο οι ψηφοφόροι δεν θα χρησιμοποιήσουν κανέναν από τους όρους που χρησιμοποιήθηκαν στον πρώτο γύρο.

Όταν καταμετρηθούν όλοι οι ψήφοι, εισηγητές που επιλέγει η ομάδα θα γράψουν τους νέους όρους στον πίνακα και θα ζητήσουν από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν προφορικά τυχόν επιπρόσθετους που δεν έχουν αναφερθεί.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Μία συμμετοχική ανάλυση SWOT

Είδος: συνάντηση

## Περιγραφή

**Βήμα 4. Ανάλυση**

Έχουμε τώρα μία πλήρη ανάλυση SWOT και θα χρειαστεί από αυτήν να προσδιορίσουμε έναν σχεδιασμό βιώσιμης ανάπτυξης του έργου. Από την μία, τονίζοντας τα πλεονεκτήματα και ωφελούμενοι από τις ευκαιρίες που δίνονται στο έργο. Από την άλλη, ξεπερνώντας τις αδυναμίες και αποτρέποντας του κινδύνους.

Αυτά πρέπει να ληφθούν υπόψη στην ανάπτυξη της περιήγησης ανακαλύψεων:

- Επικεντρωθείτε στην τοπική οικονομία και στα οφέλη που θα πρέπει να αποκομίσει.
- Επιλέξτε το θέμα με βάση την προγενέστερη έρευνα.
- Παρέχετε πληροφορίες για τις προβλεπόμενες, μετρήσιμες και μη, βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες επιπτώσεις βασιζόμενοι στην μεθοδολογία που έχει επιλεγεί.

**Βήμα 5. Πρόχειρος σχεδιασμός.**

Οι συμμετέχοντες, χωρισμένοι σε 4 ομάδες, θα πρέπει να αναπτύξουν έναν πρόχειρο σχεδιασμό προσαρμοσμένο στο τοπικό τουριστικό έργο.

Αφού παρουσιάσουν και τα τέσσερα προσχέδια, θα πρέπει να εντοπίσουν τα δυνατά και αδύνατα σημεία του καθενός.

Ο συντονιστής τότε θα ξεκινήσει μία συζήτηση για το ποιος σχεδιασμός θα ταιριάζει καλύτερα στο συγκεκριμένο πεδίο εφαρμογής του έργου και θα ορίσει τις κατευθύνσεις του έργου, με την συμφωνία των συμμετεχόντων. Θα ακολουθήσει ένα προσχέδιο με τίτλο «γενικός σχεδιασμός του έργου». Προκειμένου να εμπλακούν όλοι οι συμμετέχοντες, θα αποδοθεί στον καθένα ένα μέρος της πρόχειρης καταγραφής του σχεδιασμού.



## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

2.1: Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται σε περιηγήσεις ανακαλύψεων

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Μία συμμετοχική ανάλυση SWOT

Είδος: συνάντηση

#### Τοποθεσία

Ένα μεγάλο δωμάτιο με τραπέζια και καρέκλες που μπορούν να μετακινούνται.

#### Απαιτούμενα υλικά

Λευκά ψηφοδέλτια, κάλλη, μεγάλος πίνακας.

#### Διάρκεια

Μισή μέρα

#### Πηγές

##### Ο σχεδιασμός SWOT

<https://www.youtube.com/watch?v=dswljde9B8Y>

#### Πόροι

Ένα παράδειγμα ανάλυσης SWOT:

<https://www.yunava.com/en/website-optimization-with-swot-analyses/>

<p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effective calls to action</li> <li>• Relevant content</li> <li>• Intuitive navigation</li> <li>• Easy internal search</li> </ul>	<p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Complicated customer journey</li> <li>• Not mobile-optimized</li> <li>• Old-fashioned design</li> </ul>
<p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loading times</li> <li>• New technologies for improving user experience</li> <li>• New design trends</li> </ul>	<p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competitors copy ideas or functions</li> <li>• Change in customer requirements</li> <li>• New browser software</li> </ul>

## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

2.1: Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται σε περιηγήσεις ανακαλύψεων

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Μία αποτελεσματική αφήγηση ιστοριών

Είδος Ανάγνωση / Προσομοίωση

#### Ορολογία / θέμα

Περιήγηση ανακαλύψεων, ψηφιακή αφήγηση ιστοριών, storyboard

#### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Καλή γνώση των δυνητικά ελκυστικών στοιχείων της κληρονομιάς του λιμανιού της πόλης σας.
- Καλή γνώση των πρόσφατων τάσεων στις προτιμήσεις του πολιτιστικού τουρισμού.
- Ικανότητα προετοιμασίας παρουσίασης σε διαδικτυακή μορφή.

#### Περιγραφή

Οι συμμετέχοντες θα καθοδηγηθούν στην διαμόρφωση μιας ψηφιακής αφηγηματικής παρουσίασης μιας περιήγησης ανακαλύψεων μέσα από τα παρακάτω βήματα:

##### **Βήμα 1. Η ιδέα**

Αυτή η ιδέα θα μπορούσε να αφορά το βασικό θέμα μιας τοπικής περιήγησης ανακαλύψεων, εφόσον υφίσταται, ή μια διάσημη υλική ή άυλη κληρονομιά της πόλης, πόλο έλξης επισκεπτών, ή το παράδειγμα μιας περιήγησης ανακαλύψεων σε κάποιο άλλο λιμάνι. Η ψηφιακή αφήγηση μιας ιστορίας μπορεί να είναι μυθοπλασία ή πραγματική. Για να υλοποιηθεί η ιδέα, χρειάζεται: να γράψετε ένα θέμα, να προετοιμάσετε μια παράγραφο, να σχεδιάσετε έναν νοητικό χάρτη ή να χρησιμοποιήσετε οποιοδήποτε άλλο προπαρασκευαστικό για την συγγραφή εργαλείο.

##### **Βήμα 2. Αναζητήστε, εξερευνήστε, μάθετε**

Είναι κρίσιμο να προπαρασκευάσετε την συγγραφή. Για να το κάνετε, είναι απαραίτητο να αναζητήσετε, να εξερευνήσετε και να γνωρίζετε το αντικείμενο ώστε να διαμορφώσετε μία στέρεη βάση πληροφοριών πάνω στις οποίες θα δομηθεί η ιστορία, μαθαίνοντας τόσο να αναγνωρίζετε την αξιοπιστία της κάθε πληροφορίας όσο και να εμβαθύνετε σε ένα συγκεκριμένο θέμα.

Ένας νοητικός χάρτης είναι πολύ χρήσιμος για την παρακολούθηση των πληροφοριών, καθώς και τα σχετικά διαδικτυακά εργαλεία για την τήρηση σημειώσεων και δημιουργία χαρτών.

##### **Βήμα 3. Γράψτε το σενάριο**

Εάν οι συμμετέχοντες διαθέτουν ήδη ένα αντικείμενο, με λίγη επεξεργασία, αυτό μπορεί να μετατραπεί στην εισαγωγή της ιστορίας.

## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

2.1: Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται σε περιηγήσεις ανακαλύψεων

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Μία αποτελεσματική αφήγηση ιστοριών

Είδος: Ανάγνωση / Προσομοίωση

#### Περιγραφή

Εφόσον οι εκπαιδευόμενοι έχουν κάνει επαρκή αναζήτηση και εξερεύνηση για το θέμα, το σώμα του σεναρίου θα πρέπει να ταιριάζει τέλεια όπως ένα παζλ. Εάν υπάρχουν όλα τα κομμάτια, απλά θα πρέπει να μπουν στην θέση τους. Σε αυτό το σημείο επίσης υπεισέρχονται κάποιες λογοτεχνικές ή στυλιστικές αποφάσεις, όπως η χρήση του πρώτου, δεύτερου ή τρίτου προσώπου στην αφήγηση.

#### **Βήμα 4. Το storyboard**

Σε αυτό το σημείο γίνεται η μετάβαση από το γραπτό κείμενο σε οπτικά μέσα. Το storyboard είναι το πρώτο βήμα προς την κατανόηση του ήχου και της εικόνας. Αποτελεί το σχέδιο, ή αν προτιμούμε το έργο, το οποίο θα καθοδηγήσει την διαδικασία λήψης αποφάσεων για τις εικόνες, τα βίντεο και τους ήχους. Ένα απλό storyboard περιλαμβάνει εικόνες, βίντεο και το σενάριο. Ένα πιο εξελιγμένο μπορεί να περιλαμβάνει και ηχητική υπόκρουση.

#### **Βήμα 5. Συλλέξτε και δημιουργήστε εικόνες, ήχους και βίντεο**

Σε αυτό το στάδιο οι εκπαιδευόμενοι συλλέγουν, ή γιατί όχι, δημιουργούν εικόνες, ήχους και βίντεο, χρησιμοποιώντας το storyboard ως άξονα για την αναζήτηση περιεχομένου. Ό,τι επιλεγεί θα έχει καθοριστική επίδραση στην μορφή και την αίσθηση της ψηφιακής αφήγησης. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να εισαχθούν επιπλέον παράμετροι όπως η οπτική ιεράρχηση, ο τόνος και η εικονογράφηση.

#### **Βήμα 6. Βάζοντας τα στοιχεία μαζί: η διαδικασία της σύνθεσης**

Σε αυτό το στάδιο θα ελεγχθεί εάν το storyboard δομήθηκε σωστά και εάν έχει συγκεντρωθεί αρκετό υλικό για την ολοκλήρωση της εργασίας. Μέσα από μία πιο εντατική χρήση των τεχνικών και συνθετικών εργαλείων, θα αναμειχθούν οι εικόνες, με βίντεο εφέ transition, και με την ενσωμάτωση της ηχητικής υπόκρουσης.

#### **Βήμα 7. Προβληματισμός, παρακολούθηση και ανατροφοδότηση**

Το τελευταίο μέρος της διαδικασίας δημιουργίας μιας ψηφιακής αφήγησης πρέπει να αφιερωθεί στον προβληματισμό και στα συμπεράσματα. Τι έχω μάθει; Τι γνωρίζω τώρα που δεν γνώριζα προηγουμένως; Πώς μπορώ να το κάνω καλύτερα την επόμενη φορά; Οι συμμετέχοντες θα καθοδηγηθούν να προβληματιστούν για την εργασία τους και θα ενθαρρυνθούν να ανατροφοδοτήσουν την δουλειά των άλλων, διαδικασία που είναι επικοινωνιακή και πολύτιμη, για παράδειγμα διενεργώντας μία διαδικτυακή έρευνα ικανοποίησης τόσο με επαγγελματίες τουριστικούς πράκτορες όσο και με το ευρύ κοινό.

**ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων**

2.1: Δημιουργήστε μία τουριστική προσφορά η οποία να βασίζεται σε περιηγήσεις ανακαλύψεων

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Μία αποτελεσματική αφήγηση ιστοριών**

Είδος Ανάγνωση / Προσομοίωση

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνάντηση, εξωτερικοί χώροι για λήψη φωτογραφιών και βίντεο, ηχογραφήσεις στο πεδίο.

**Προαπαιτούμενα**

Βασικές έννοιες για τον βιώσιμο τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό και τα επαγγελματικά πρόσωπα στον τουρισμό, καλή εξοικείωση με την χρήση υπολογιστών, διαδικτύου και ορισμένων προγραμμάτων γραφικής απεικόνισης.

**Απαιτούμενα υλικά**

PC, εκτυπωτής, πρόσβαση στο διαδίκτυο

**Διάρκεια**

4-5 ώρες

**Πόροι**

Βοηθήματα αφήγησης για ξεναγούς (Tour Guide Storytelling Tips)

<https://thetripschool.com/2018/10/03/storytelling/>

Πώς να γράψετε ένα σενάριο ξενάγησης που θα συνεπάρει τους επισκέπτες (How to Write a Tour Guide Script that Wows Guests)

<https://www.checkfront.com/blog/tour-guide-storytelling>

Σχετικοί σύνδεσμοι στα Ιταλικά

[https://fpsmedia.it/storytelling-turismo/?cli\\_action=1632740630.246](https://fpsmedia.it/storytelling-turismo/?cli_action=1632740630.246)

<p><b>Μάθημα</b> <b>Κεφάλαιο 2.2</b></p>	<p><b>Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων</b> <b>Πρωθήστε τον βιώσιμο τουρισμό</b></p>
<p><b>ΚΟΙΝΌ ΣΤΟ ΟΠΟΙΌ ΑΠΕΥΘΎΝΕΤΑΙ</b></p>	<p>Επαγγελματίες στον τουρισμό, ειδικά ενώσεις τουριστικών πρακτορείων και δημόσιοι οργανισμοί επιφορτισμένοι με την προώθηση του τουρισμού.</p>
<p><b>Στόχοι</b></p>	<p>Αυτό το Κεφάλαιο θα συμβάλει στην ανάπτυξη των παρακάτω:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τις γνώσεις σας για τον βιώσιμο και τον πολιτιστικό τουρισμό.</li> <li>• Τις δυνατότητές σας να αξιολογείτε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την δική σας περιήγηση ανακαλύψεων.</li> <li>• Τις ικανότητές σας να ενισχύετε την πολιτιστική κληρονομιά ώστε να βελτιώσετε την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος σας.</li> </ul>
<p><b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b></p>	<p>Οι εκπαιδευόμενοι:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Θα κατανοούν καλύτερα την έννοια της αειφόρου ανάπτυξης.</li> <li>- Θα εντρυφήσουν στο συγκεκριμένο προφίλ του slow tourism.</li> <li>- Θα γνωρίζουν σχετικά με την τοπική ανάπτυξη και το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο.</li> </ul> <p>Θα είναι σε θέση:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να ενσωματώνουν την τοπική βιώσιμη οικονομία στην νέα περιήγηση.</li> <li>- Να προωθούν την παραδοσιακή τεχνογνωσία μέσω της περιήγησης.</li> <li>- Να υπολογίζουν την δυνητική περιβαλλοντική επίπτωση της περιήγησης στην πόλη, σε άλλους παράγοντες, και σε άλλους τομείς.</li> <li>- Να καταγράφουν, να αξιολογούν και να βελτιώνουν την περιήγηση.</li> <li>- Να μιλούν για την βιώσιμη ανάπτυξη και να εμπλέκουν τους συμμετέχοντες στην βιώσιμη προσέγγιση.</li> <li>- Να υπολογίζουν την δική τους επίδοση, να προσδιορίζουν την απαιτούμενη πρόοδο (αυτοαξιολόγηση).</li> <li>- Να εμπλέκουν τους επισκέπτες στην προσέγγισή σας.</li> </ul>
<p><b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b></p>	<p>8 ώρες</p>
<p><b>Εστίαση του περιεχομένου</b></p>	<p><i>Βιώσιμος τουρισμός, περιβαλλοντικές επιπτώσεις, τοπική τεχνογνωσία, κινητικότητα.</i></p>
<p><b>Εισαγωγικό κείμενο</b></p>	<p>Σήμερα, η αειφόρος ανάπτυξη και η βιωσιμότητα αποτελούν αναπόσπαστα μέρη του διαλόγου για το πώς τα τουριστικά έργα θα πρέπει να αναπτύσσονται ώστε να είναι βιώσιμα, και πώς οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι θα πρέπει να χρησιμοποιούνται ώστε να αποδίδουν οφέλη μακροπρόθεσμα.</p> <p>Σε αυτό το Κεφάλαιο θα σας βοηθήσουμε να απαντήσετε τα παρακάτω ερωτήματα:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Τί είναι βιώσιμος τουρισμός;</li> <li>- Τί θα μπορούσε να είναι μία “βιώσιμη περιήγηση ανακαλύψεων”;</li> </ul>



	<p>- Πώς να αναπτύξετε μία βιώσιμη περιήγηση;</p>
<p><b>Λίγη θεωρία</b></p>	<p>Η κληρονομιά συνεισφέρει στην τοπική οικονομία, αυξάνοντας την δυναμική του τουρισμού μιας περιοχής και ελκύνοντας επισκέπτες. Ο τουρισμός παρέχει εισόδημα απευθείας στους τοπικούς παράγοντες στον τομέα (ενοικιάσεις κατοικιών, ξενοδοχεία, εστιατόρια, τουριστικά καταστήματα, τουριστικοί οδηγοί και συνοδοί, κλπ.) και επιπλέον ωφελεί τα τοπικά καταστήματα, τους παραγωγούς και άλλους παράγοντες.</p> <p>Ωστόσο, καθώς η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού στην Ευρώπη βασίζεται κυρίως στους φυσικούς και πολιτιστικούς θησαυρούς των προορισμών και στην συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας - πράγματα που διαμορφώνουν την ποιότητα του τουριστικού προορισμού - επομένως, η προστασία και η ενίσχυση του φυσικού περιβάλλοντος μέσω των τουριστικών δραστηριοτήτων είναι εξαιρετικά σημαντική.</p> <p>Ο μαζικός τουρισμός και η κακή χρήση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς από τις τουριστικές δραστηριότητες έχουν ήδη αποδείξει τις σοβαρές βλάβες που μπορούν να επιφέρουν στις κοινότητες, τον τρόπο ζωής τους και το περιβάλλον τους: υπερεκμετάλλευση του τοπικών πόρων και του πράσινου από τις υποδομές, ο εποχικός κορεσμός περιοχών με μη διαχειρίσιμα απόβλητα, η κατανάλωση του νερού ή η κινητικότητα, η καταστροφή του τοπίου και η κοινωνική και πολιτιστική κατάρρευση, η μετατροπή της παράδοσης και της ζωντανής κουλτούρας σε φολκλόρ και ατραξιόν.</p> <p><b>Τί είναι βιώσιμος τουρισμός;</b></p> <p>Καθώς βρισκόμαστε αντιμέτωποι με το κοινωνικό και περιβαλλοντικό πρόβλημα που προκαλείται από τον τρόπο ανάπτυξης, προτείνονται νέες δυνατότητες μία εκ των οποίων είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία επιχειρεί να βρει μία ρεαλιστική ισορροπία μεταξύ της οικονομικής επάρκειας, της προστασίας του περιβάλλοντος και της κοινωνικής ισότητας. Το 1987, η βιώσιμη ανάπτυξη περιγράφονταν ως <i>“η ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ανταποκρίνονται στις δικές τους ανάγκες”</i> (Έκθεση της Επιτροπής Brundtland προς την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, 1987). Η ιδέα υιοθετήθηκε παγκοσμίως κατά την Παγκόσμια Συνάντηση Κορυφής του Rio το 1992, στην οποία συναντήθηκαν 110 ηγέτες κρατών και 178 κράτη για να καταστήσουν την βιώσιμη ανάπτυξη ως νέο στόχο για την επίλυση του προβλήματος που προκύπτει από τα αυξανόμενα περιβαλλοντικά προβλήματα σε σχέση με την οικονομική ανάπτυξη.</p> <p>Τρία χρόνια αργότερα, κατά την διάρκεια της Παγκόσμιας Διάσκεψης για τον Βιώσιμο Τουρισμό, που έγινε στην Lanzarote, Νήσοι Canary, Ισπανία, στις 27-28 Απριλίου 1995, η UNESCO, η UNWTO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών) και τα Ηνωμένα Έθνη, παρότρυναν “κυβερνήσεις, άλλες δημόσιες αρχές, κέντρα λήψης αποφάσεων και επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού, δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς και ιδρύματα των οποίων οι δραστηριότητες συνδέονται με τον τουρισμό, και τους ίδιους τους τουρίστες, να υιοθετήσουν την αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης και να καθορίσουν 18 αρχές στην Χάρτα για την Βιώσιμη Ανάπτυξη.</p> <p>1. Η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να βασίζεται σε κριτήρια βιωσιμότητας, πράγμα που σημαίνει πως θα πρέπει να είναι περιβαλλοντικά ανεκτή μακροπρόθεσμα, καθώς και οικονομικά βιώσιμη, και ηθικά και κοινωνικά ισότιμη για τις τοπικές κοινωνίες. Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι μία κατευθυνόμενη διαδικασία που προβλέπει την συνολική διαχείριση των πόρων ώστε να εξασφαλίζει την βιωσιμότητά τους, επιτρέποντας έτσι την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου μας, συμπεριλαμβανομένων των προστατευόμενων περιοχών. Ως ένα ισχυρό εργαλείο ανάπτυξης, ο τουρισμός μπορεί και πρέπει να συμμετέχει ενεργά στον σχεδιασμό της βιώσιμης ανάπτυξης. Η απαίτηση για καλή διαχείριση του τουρισμού, αφορά την εγγύηση της βιωσιμότητας των πόρων στους οποίους βασίζεται.</p> <p>Μεταβαίνοντας από την βιώσιμη ανάπτυξη στον βιώσιμο τουρισμό, μπορεί κανείς να αναφερθεί στον ορισμό που προτείνεται από τον UNWTO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού</p>



των Ηνωμένων Εθνών, 2004), ο οποίος είναι γενικά αποδεκτός παγκοσμίως: “Οι αρχές της βιωσιμότητας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές, και κοινωνικο-πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης, και πρέπει να δημιουργηθεί μία κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων προκειμένου να εξασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά της.

Έτσι, η βιώσιμη ανάπτυξη θα πρέπει:

- Να αξιοποιεί με τον καλύτερο τρόπο τους πόρους που συνιστούν τα βασικά στοιχεία της τουριστικής ανάπτυξης, διατηρώντας τις κρίσιμες περιβαλλοντικές διαδικασίες και βοηθώντας στην προστασία της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας.
- Να σέβεται την κοινωνικο-πολιτιστική αυθεντικότητα των κοινοτήτων φιλοξενίας, να διατηρεί την αρχιτεκτονική και ζώσα πολιτιστική κληρονομιά και τις παραδοσιακές αξίες, και να συνεισφέρει στην διαπολιτισμική κατανόηση και ανεκτικότητα.
- Να εξασφαλίζει την βιωσιμότητα, τις μακροπρόθεσμες οικονομικές δραστηριότητες, να παρέχει με ισότιμο τρόπο κοινωνικο-οικονομικά οφέλη σε όλους τους παράγοντες, μεταξύ των οποίων σταθερή εργασία και δυνατότητες εισοδήματος και κοινωνικών υπηρεσιών προς τις κοινότητες φιλοξενίας, καθώς και να συνεισφέρει στην εξάλειψη της φτώχειας.”

Στο επίπεδο της ΕΕ (δείτε: <https://ec.europa.eu/environment/eussd/>) και στο εθνικό επίπεδο.

Ο ορισμός καταδεικνύει από μόνος του την πολυπλοκότητα και την δυσκολία της πρακτικής εφαρμογής μιας τέτοιας προσέγγισης. Όταν εφαρμόζεται αυτή η ιδέα πρακτικά: πώς θα απαντηθούν τα διάφορα προβλήματα (περιβαλλοντικά, πολιτιστικά, κοινωνικά και οικονομικά), πώς θα ικανοποιηθούν οι διάφοροι εμπλεκόμενοι παράγοντες (δημόσιοι και ιδιωτικοί, τουριστικοί πράκτορες, επιχειρήσεις φιλοξενίας και τουρισμού, άλλοι τοπικοί παράγοντες και οι κάτοικοι), και διάφορα συμφέροντα (τουριστικός τομέας, άλλοι οικονομικοί τομείς, τοπικές ΜΚΟ, κλπ. ).

Δεν υπάρχει μια έτοιμη προς χρήση λύση για όλα αυτά προκειμένου να αναπτυχθεί και να διαμορφωθεί ένα βιώσιμο τουριστικό προϊόν.

#### **Τί θα μπορούσε να είναι μία βιώσιμη περιήγηση ανακαλύψεων;**

Έχουν αναπτυχθεί από διεθνείς και Ευρωπαϊκούς, δημόσιους και επαγγελματικούς οργανισμούς, πολλά πρότυπα για να βοηθήσουν τους επαγγελματίες να εφαρμόσουν έργα βιώσιμου τουρισμού.

Σε παγκόσμιο επίπεδο το Παγκόσμιο Συμβούλιο Βιώσιμου Τουρισμού (Global Sustainable Tourism Council -GSTC), που ιδρύθηκε το 2010, καθιέρωσε και διαχειρίζεται πρότυπα για τον βιώσιμο τουρισμό, πρότυπα τα οποία πρέπει να πληρούν οι επιχειρήσεις, οι κυβερνήσεις και άλλοι παράγοντες, προκειμένου να πετυχαίνουν την κοινωνική, περιβαλλοντική, πολιτιστική και οικονομική βιωσιμότητα στις περιοχές που δραστηριοποιούνται. Το GSTC είναι ένας μη κερδοσκοπικός, μη κυβερνητικός οργανισμός ο οποίος συμπεριλαμβάνει εκπροσώπους οργανισμών του ΟΗΕ, μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία, ξενοδοχεία, εθνικά τουριστικά συμβούλια, ταξιδιωτικούς πράκτορες, μεμονωμένα πρόσωπα και κοινότητες. (δείτε: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>)

Στο Ευρωπαϊκό επίπεδο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υποστηρίζει την ανάπτυξη συγκεκριμένων έργων βιώσιμου τουρισμού με διάφορους τρόπους και ειδικότερα:



- Με την πολιτική της δέσμευση στην Ατζέντα για τον βιώσιμο και ανταγωνιστικό τουρισμό στην Ευρώπη το 2007. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621>)
- Με την οικονομική υποστήριξη βιώσιμων διακρατικών τουριστικών προϊόντων. Δείτε παραδείγματα συγχρηματοδοτούμενων έργων: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/transnational-products\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/transnational-products_en)
- Με το Ευρωπαϊκό Σύστημα Δεικτών Τουρισμού (The European Tourism Indicators System -ETIS) για την διαχείριση των προορισμών. Το ETIS είναι μία εργαλειοθήκη διαχείρισης και πληροφόρησης, σχεδιασμένη για να βοηθά τους τουριστικούς προορισμούς να καταγράφουν και να μετρούν τις επιδόσεις τους στην τουριστική βιωσιμότητα, σε σχέση με τους στόχους τους.

Αλλά πώς να εντάξετε αυτά τα στοιχεία με απλούς τρόπους, σε τοπικό επίπεδο και όταν δεν έχετε την δυνατότητα να ενταχθείτε στις παραπάνω υφιστάμενες διαδικασίες;

#### **Κατευθύνσεις για μία βιώσιμη περιήγηση ανακαλύψεων**

Η διατήρηση του τοπικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, και οι παροχή κοινωνικο-οικονομικών ωφελημάτων στην κοινότητα, προϋποθέτει την σε βάθος γνώση των τοπικών θησαυρών. Η συλλογή δεδομένων και πληροφοριών σε μία ευρεία κλίμακα θεμάτων τα οποία σχετίζονται με την τοπική οικονομία, την κοινότητα και το περιβάλλον, θα σας βοηθήσουν να διαμορφώσετε μία ακριβή εικόνα του τί συμβαίνει πραγματικά στην πόλη σας.

Η συμμετοχική διαδικασία που προτείνεται στο Συμμετοχικό Εργαστήριο για την Πολιτιστική Κληρονομιά (PHW) του έργου HHST θα πρέπει να σας παρέχει αρκετά δεδομένα και καλά προσδιορισμένα μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα του **κοινωνικο-οικονομικού, περιβαλλοντικού και πολιτιστικού πλαισίου**.

Θα είστε ακολούθως ικανοί να επισημάνετε:

- Τα βασικά περιβαλλοντικά προβλήματα του λιμανιού σας τα οποία θα πρέπει να συνηγορήσετε.
- Την υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά η οποία καθιστά την περιοχή σας ιδιαίτερη και ελκυστική.
- Το τοπικό κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο στο οποίο την βελτίωση μπορεί να συνεισφέρει το έργο σας.

Η δέσμευσή σας σε ένα προϊόν βιώσιμου τουρισμού θα έχει πολλά πλεονεκτήματα όπως:

- Την μείωση της κατανάλωσης φυσικών πόρων και των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.
- Την ευαισθητοποίηση των κατοίκων και των επισκεπτών για τα κύρια τοπικά περιβαλλοντικά προβλήματα.
- Την προώθηση εξίσου της πολιτιστικής κληρονομιάς και των προϊόντων της πόλης και της περιοχής.
- Την υποστήριξη μικρών και παραδοσιακών τοπικών επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων.
- Την προώθηση της ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα.
- Την βελτίωση του επιπέδου ζωής.

Εδώ σας προτείνουμε λίγα στοιχεία τα οποία μπορούν να σας βοηθήσουν να κατευθύνετε την δική σας περιήγηση ανακαλύψεων προς την βιωσιμότητα.





- **Σκεφτείτε τον περιορισμό των επιπτώσεων στο περιβάλλον**

Για να περιορίσετε τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από τον τουρισμό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ήδη αναπτύξει διάφορα εργαλεία, όπως:

- Οι Βέλτιστες Πρακτικές Περιβαλλοντικής Διαχείρισης για οργανισμούς που παρέχουν φιλοξενία, υπηρεσίες εστίασης, ή διαχειρίζονται τουριστικούς προορισμούς ή προσφέρουν και κάνουν κρατήσεις για ταξίδια, διαμονή ή τουριστικές δραστηριότητες (ταξιδιωτικά γραφεία και τουριστικοί πράκτορες) (δείτε: Το έγγραφο EMAS, βέλτιστες πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης, μπορεί να σας καθοδηγήσει στην διαδικασία [https://ec.europa.eu/environment/emas/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm)).
- Η περιβαλλοντική σήμανση για τουριστική διαμονή και υπηρεσίες κάμπινγκ. (δείτε: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>)

Για την περίπτωση μιας περιήγησης, μπορείτε επίσης να σκεφτείτε αρκετές επιλογές με τις οποίες μπορείτε να μειώσετε τις πηγές μόλυνσης και να ελαχιστοποιήσετε την χρήση των φυσικών πόρων. Σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά της, μπορείτε να αξιολογήσετε τις πιθανές επιπτώσεις και να προτείνετε εναλλακτικές. Σας παρουσιάζουμε εδώ μερικά παραδείγματα:

- Χρησιμοποιήστε την ψηφιακή πληροφόρηση για να ελαττώσετε την χρήση χαρτιού και μελανιού όσον αφορά τις πληροφορίες της περιήγησης, την παροχή του σχετικού χάρτη, καθώς και την διαφήμιση. Αυτή η επιλογή θα εκτιμηθεί ιδιαίτερα από τους νεότερους επισκέπτες.
- Μειώστε την παραγωγή απορριμμάτων και περιορίστε τα πλαστικά μιας χρήσης, προτείνοντας στάση σε τοπικά καφεενεία και μπαρ τα οποία θα παρέχουν ποτά και νερά αποτρέποντας την χρήση πλαστικών.
- Για να μειώσετε τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από τις μετακινήσεις στην πόλη, μπορείτε:
  - Να παρέχετε έναν χάρτη και πρόγραμμα των MMM.
  - Να προτείνετε τα MMM, την ενοικίαση ποδηλάτων ή την πεζοπορία για το σύνολο της περιήγησης!

- **Σκεφτείτε τον σεβασμό προς την τοπική πολιτιστική κληρονομιά**

Η περιήγησή σας βασίζεται στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά. Είναι επομένως ένας σημαντικός πόρος που πρέπει να προστατευτεί και να παραμείνει ζωντανός. Για να σχεδιάσετε την περιήγηση ανακαλύψεων θα πρέπει να έχετε ήδη προσδιορίσει με σαφήνεια ποιά είναι τα μέρη της υλικής και άυλης κληρονομιάς που θα αναδειχθούν. Επιπρόσθετα, μπορείτε:

- Να παρέχετε στην κοινότητα και τους επισκέπτες συγκεκριμένα παραδείγματα που να παρουσιάζουν τις θετικές επιπτώσεις της κληρονομιάς για την κοινωνία και την πόλη. Για παράδειγμα, πολιτιστικά δρώμενα, παραδοσιακούς χορούς ή μουσική, καθώς και κοινωνική συμπερίληψη, τοπική παραγωγή και θέσεις εργασίας για τους νέους.
- Να βοηθάτε τους επισκέπτες να κατανοούν την προέλευση των τοπικών παραδόσεων και συνηθειών. Βοηθήστε τους να κατανοήσουν καλύτερα τις συνήθειες και την κουλτούρα των ντόπιων (για παράδειγμα, υιοθετώντας τις κατάλληλες συμπεριφορές, να ρωτούν πριν φωτογραφίσουν ή βιντεοσκοπήσουν, κλπ.).
- Διατηρήστε την ακεραιότητα της κληρονομιάς και αναδείξτε μόνο την κληρονομιά που σέβεται την ακεραιότητά της.
- Οργανώστε στην πόλη σας διαμονές καλλιτεχνών για να εξηγήσετε ποιό είναι το νόημα της κληρονομιάς του λιμανιού.



- Εισάγετε εργαστήρια ανακάλυψης της πολιτιστικής κληρονομιάς αφιερωμένα σε χειροτέχνες και δημιουργούς.

- **Σκεφτείτε τα οφέλη για την τοπική κοινωνία**

- Μέσα από την προτεινόμενη διαδρομή και τις δραστηριότητες, προωθήστε την τοπική παραγωγή.
- Προωθήστε εστιατόρια που χρησιμοποιούν τοπικά ή/και βιολογικά προϊόντα.
- Εμπλέξτε εθελοντές/ανέργους στην ανανέωση και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Δείτε το παράδειγμα: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/-/renewal-of-cultural-heritage-with-the-help-of-unemployed-people>
- Αναδείξτε τις ποιότητες βιωσιμότητας από την χρήση τοπικών πόρων, τις τοπικές προμήθειες και συστήματα διανομής, κλπ.

- **Σκεφτείτε την ευαισθητοποίηση των τουριστών**

Μέσα από το σύνολο της περιήγησης, ο ξεναγός θα έχει την δυνατότητα να πληροφορεί καλύτερα τους τουρίστες για την τοπική πραγματικότητα. Η εμπειρία που θα προσφέρεται θα πρέπει:

- Να παρέχει πληροφορίες για τα περιβαλλοντικά ζητήματα της πόλης.
- Να ενθαρρύνει συμπεριφορές βιωσιμότητας από τους τουρίστες (για παράδειγμα, αν η πόλη σας βρίσκεται σε ένα μικρό νησί με έλλειψη υδάτινων πόρων, μπορείτε να καταδείξετε την σημασία της εξοικονόμησης νερού κατά την διαμονή τους).



Δημόσια δεξαμενή πόσιμου νερού στην Σύρο. Εξαιτίας της απουσίας φυσικών ταμειυτήρων πόσιμου νερού, οι κάτοικοι είναι υποχρεωμένοι να το αγοράζουν (Φωτογραφία: MCE).

- Ενημερώστε τους επισκέπτες για την τοπική βιοποικιλότητα και την ευθραυστότητά της.

- **Και, ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ!**



	<p>“Η μετάβαση από έναν γερασμένο, κατακερματισμένο, μηχανικό τρόπο αντίληψης σε μία ολιστική, συστημική προοπτική, αποτελεί το μεγαλύτερο και κρισιμότερο καθήκον που αντιμετωπίζει σήμερα η ανθρωπότητα, και από μόνο του, αποτελεί μια τελετουργία μετάβασης από την εφηβεία στην ενηλικίωση. Μία επιτυχής μετάβαση μπορεί να καταστήσει τον τουρισμό σε καταλύτη της αναγέννησης σε ολόκληρη την κοινωνία.” Αυτά προτείνει η Anna Pollock, μία από τους ιδρυτές της έννοιας του αναγεννητικού τουρισμού.</p>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	<p>Δραστηριότητα 1- Αξιολογήστε την βιωσιμότητα της δικής σας περιήγησης ανακαλύψεων</p> <p>Δραστηριότητα 2- Σχετικά με την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού</p>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<p>Μάθετε περισσότερα για τις προσεγγίσεις στον βιώσιμο τουρισμό παγκοσμίως: <a href="https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda">https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda</a></p> <p>Μάθετε περισσότερα για τις Ευρωπαϊκές πολιτικές για τον βιώσιμο τουρισμό: <a href="https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_nn">https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_nn</a></p> <p>Μάθετε περισσότερα για την αξιολόγηση προορισμού βιώσιμου τουρισμού, από το Παγκόσμιο Συμβούλιο για τον Βιώσιμο Τουρισμό: <a href="https://www.gstcouncil.org/for-destinations/destination-assessment/">https://www.gstcouncil.org/for-destinations/destination-assessment/</a></p> <p>Μάθετε περισσότερα για τους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης και τον τουρισμό: <a href="https://tourism4sdgs.org/">https://tourism4sdgs.org/</a></p> <p>Μάθετε περισσότερα για τον αναγεννητικό τουρισμό: Anna Pollock (2019) Regenerative Tourism: The Natural Maturation of Sustainability, October 2019 <a href="https://medium.com/activate-the-future/regenerative-tourism-the-natural-maturation-of-sustainability-26e6507d0fcb">https://medium.com/activate-the-future/regenerative-tourism-the-natural-maturation-of-sustainability-26e6507d0fcb</a>)</p> <p>Μάθετε περισσότερα για την βιωσιμότητα των τοπικών αγορών τροφίμων: Moya Kneafsey, Laura Venn, Ulrich Schmutz, Bálint Balázs, Liz Trenchard, Trish Eyden-Wood, Elizabeth, Bos, Gemma Sutton, Matthew Blackett (2013) <i>Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics</i>. European Commission - Joint Research Center Report <a href="https://www.researchgate.net/publication/264388299_Short_Food_Supply_Chains_and_Local_Food_Systems_in_the_EU_A_State_of_Play_of_their_Socio-Economic_Characteristics">https://www.researchgate.net/publication/264388299_Short_Food_Supply_Chains_and_Local_Food_Systems_in_the_EU_A_State_of_Play_of_their_Socio-Economic_Characteristics</a></p>



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

Είδος: Εξάσκηση στην αξιολόγηση / Καταιγισμός ιδεών

**Ορολογία / θέμα**

Βιωσιμότητα, αξιολόγηση

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Κατανόηση της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης.
- Ικανότητα συζήτησης για την βιώσιμη ανάπτυξη
- Κατανόηση της έννοιας του βιώσιμου τουρισμού.
- Ικανότητα ενσωμάτωσης της νέας περιήγησης στην τοπική βιώσιμη οικονομία
- Ικανότητα συνυπολογισμού των δυνητικών περιβαλλοντικών και πολιτιστικών επιπτώσεων από το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν.
- Ικανότητα υπολογισμού των ιδίων επιδόσεων, για τον προσδιορισμό των απαραίτητων βελτιώσεων (αυτοαξιολόγηση).

**Περιγραφή****Βήμα 1. Τα κριτήρια για τον βιώσιμο τουρισμό**

Ο τουρισμός μπορεί να είναι ένα εργαλείο για την τοπική βιώσιμη ανάπτυξη την στιγμή που η αλιεία και άλλες δραστηριότητες στο λιμάνι φθίνουν. Αλλά πώς μπορείτε να είστε βέβαιοι πως η περιήγηση ανακαλύψεων συνδυάζει τον τουρισμό με την βιώσιμη ανάπτυξη;

Ορισμένοι οργανισμοί έχουν αναπτύξει συγκεκριμένα κριτήρια για προϊόντα βιώσιμου τουρισμού, όπως:

- Τα Κριτήρια για τον Παγκόσμιο Βιώσιμο Τουρισμό του Παγκόσμιου Συμβουλίου Βιώσιμου Τουρισμού (Global Sustainable Tourism Criteria of the Global Sustainable Tourism Council):  
<https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>
- Το Ευρωπαϊκό Σύστημα Τουριστικών Δεικτών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (European Tourism Indicators System –ETIS, of the European commission):  
[https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en)

Πριν επιχειρήσετε να αξιολογήσετε το προϊόν σας, σας προτείνουμε να ανατρέξετε σε αυτές τις προσεγγίσεις και τα κριτήρια.

**Βήμα 2. Κάντε μία προσπάθεια!**

Ο προτεινόμενος κατάλογος κριτηρίων θα σας βοηθήσει να αξιολογήσετε την βιωσιμότητα της δικής σας περιήγησης ανακαλύψεων. Μπορείτε να επιλέξετε να προσθέσετε ή να τροποποιήσετε αυτά τα κριτήρια, σύμφωνα με τους δείκτες που προέκυψαν στο Βήμα 1.

Κάθε κριτήριο πρέπει να βαθμολογείται από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει «δεν εκπληρώνεται καθόλου» και 7, «εκπληρώνεται πλήρως». Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τον πίνακα που παρέχεται παρακάτω.

**Βήμα 3. Στην κατεύθυνση για περισσότερη βιωσιμότητα**

Αυτή η τυπική αξιολόγηση βιωσιμότητας της περιήγησης ανακαλύψεων θα πρέπει να σας βοηθήσει να διακρίνετε τις δυσκολίες που θα χρειαστεί να αντιμετωπίσετε, καθώς και επίσης, τις νέες ευκαιρίες για να



## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

### 2.2: Προωθήστε τον βιώσιμο τουρισμό

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Αξιολογήστε την βιωσιμότητα της δικής σας περιήγησης ανακαλύψεων

Είδος: Εξάσκηση στην αξιολόγηση / Καταιγισμός ιδεών

βελτιώσετε την ποιότητα και την βιωσιμότητα της περιήγησής σας.  
'Ηρθε η ώρα για έναν καταιγισμό ιδεών: Απαριθμήστε τα βασικά βήματα προς την κατεύθυνση της βιωσιμότητας που διακρίνατε και καθορίστε νέους στόχους για να βελτιώσετε την βιωσιμότητα στην διαχείριση, την οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον.

#### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

#### Απαιτούμενα υλικά

Πρόσβαση στο διαδίκτυο, εκτύπωση του **Πλαισίου Αξιολόγησης Βιωσιμότητας της Περιήγησης Ανακαλύψεων**, πίνακας

#### Διάρκεια

3 έως 4 ώρες, ανάλογα με τα κριτήρια που θα επιλεγούν και την συζήτηση στην ομάδα (Βήμα 3).

#### Πηγές

Το προτεινόμενο Πλαίσιο Αξιολόγησης Βιωσιμότητας της Περιήγησης Ανακαλύψεων βασίζεται στην δημοσίευση των F. WEBER & B. TAUFER, *Assessing the sustainability of tourism products – As simple as it gets*, International Journal of Sustainable Development and Planning, Volume 11 (2016), Issue 3

#### Πόροι

Παραδείγματα βιώσιμων προορισμών στην ΕΕ: EDEN "European Destinations of Excellence", Ευρωπαϊκό δίκτυο προορισμών επιβραβευμένων από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ποιότητα των τουριστικών προσφορών τους και τον σεβασμό προς το περιβάλλον.

<https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/eden/>

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Αξιολογήστε την βιωσιμότητα της δικής σας περιήγησης ανακαλύψεων

Είδος: Εξάσκηση στην αξιολόγηση / Καταιγισμός ιδεών

#### Πλαίσιο αξιολόγησης βιωσιμότητας της περιήγησης ανακαλύψεων

Θέματα	Κριτήρια βιωσιμότητας	1 έως 7 Καθόλου – πλήρως	Δεν σχετίζετ αι
Διαχείριση	Συμμετοχή παραγόντων		
	Βιώσιμος σχεδιασμός		
	Παρακολούθηση και διαδικασία βελτίωσης		
	Ενημέρωση επισκεπτών για την βιωσιμότητα		
Οικονομία	Συνεισφορά στην ενίσχυση της τουριστικής δραστηριότητας		
	Συνεισφορά στην ενίσχυση άλλων τοπικών επαγγελμάτων		
	Οικονομική βιωσιμότητα/αποδοτικότητα		
	Αύξηση της ελκυστικότητας για τους επισκέπτες		
Κοινωνία	Δημιουργία θέσεων εργασίας		
	Συνεισφορά στην ανάπτυξη δεξιοτήτων		
	Συνυπολογισμός των αναγκών των επισκεπτών (π.χ., προσβασιμότητα, φιλικότητα προς οικογένειες, ηλικιωμένους, διατροφικές δυσανεξίες, κλπ.)		
	Συνθήκες εργασίας (π.χ., ισότιμες αμοιβές, εκπαίδευση και κατάρτιση, διαφορετικότητα ως προς την κουλτούρα, την ηλικία, το φύλο, κλπ.)		
Πολιτισμός	Πρωώθηση τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς		
	Πρωώθηση εξίσου της άυλης κληρονομιάς		
	Ενθάρρυνση της προστασίας και συντήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς		
Περιβάλλον	Προσεκτική χρήση της ενέργειας και εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα (π.χ., κατανάλωση ενέργειας, αποδοτικότητα, πράσινη μετακίνηση)		
	Προστασία των τοπίων και των φυσικών		
	Περιορισμός της παραγωγής αποβλήτων		
	Προτίμηση στα τοπικά τρόφιμα		
	Αποφυγή υπαίθριων δραστηριοτήτων που βλάπτουν το περιβάλλον		
	Πληροφόρηση των επισκεπτών για τους τοπικούς φυσικούς πόρους για να εξασφαλιστεί πιο υπεύθυνη στάση απέναντί τους		

Είδος: Μελέτη και ανάλυση βέλτιστων πρακτικών

### Ορολογία / θέμα

Βιώσιμος τουρισμός, μάρκετινγκ, προώθηση, οικολογικό ξέπλυμα, δημιουργικότητα, ευαισθητοποίηση των τουριστών

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Κατανόηση της έννοιας της βιώσιμης προώθησης.
- Ικανότητα συζήτησης και προώθησης της βιώσιμης προσέγγισης.
- Ικανότητα ενσωμάτωσης της νέας περιήγησης στην τοπική βιώσιμη οικονομία.
- Ικανότητα ένταξης των επισκεπτών στην βιώσιμη προσέγγιση.

### Εισαγωγή

Έχουμε δει πως ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα εργαλείο για την τοπική βιώσιμη ανάπτυξη όταν περιορίζει τις αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία και στους τοπικούς φυσικούς και πολιτιστικούς θησαυρούς. Η αφοσίωση στον βιώσιμο τουρισμό προϋποθέτει προσπάθειες όσον αφορά την στρατηγική, τον σχεδιασμό, την οικοδόμηση δυνατοτήτων, κλπ.

Ωστόσο, η βιώσιμη προσέγγιση μπορεί να αποτελεί φορέα της προώθησης και του μάρκετινγκ για τον τουριστικό προορισμό!

Αυτή η δραστηριότητα θα σας δώσει μία σειρά από βέλτιστες πρακτικές που περιγράφουν τι μπορεί να σημαίνει «βιώσιμη προώθηση».

### Περιγραφή

#### **Βήμα 1. Σχετικά με την βιώσιμη προώθηση**

Πρώτα από όλα, είναι σημαντικό να διακρίνουμε την βιώσιμη προώθηση από το οικολογικό ξέπλυμα. Το οικολογικό ξέπλυμα αφορά την διεκδίκηση μιας περιβαλλοντικής ή βιώσιμης πολιτικής, κυρίως για λόγους μάρκετινγκ, χωρίς να υπάρχει πραγματική σχέση με τις αρχές της βιωσιμότητας. Εδώ, θέλουμε να προωθήσουμε μια πραγματικά βιώσιμη προσέγγιση για το νέο τουριστικό προϊόν μας στην πόλη (ή για το σύνολο του προορισμού εάν ολοκληρη η πόλη εμπλέκεται στον βιώσιμο σχεδιασμό).

#### **Βήμα 2. Ανάγνωση: Κάνοντας μάρκετινγκ για τον βιώσιμο τουρισμό**

Ανάγνωση της εργαλειοθήκης «Κάνοντας μάρκετινγκ για τον βιώσιμο τουρισμό: Πώς το μάρκετινγκ και η επικοινωνία μπορούν να υποστηρίξουν τον σχεδιασμό βιωσιμότητας στον προορισμό σας» η οποία αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ταξιδιών στο πλαίσιο της έκδοσης Ερμηνεία του Βιώσιμου Τουρισμού: Πλαίσιο και εργαλειοθήκη (Μάρτιος 2021).



Είδος: Μελέτη και ανάλυση βέλτιστων πρακτικών

## Περιγραφή

Οι βέλτιστες πρακτικές που παρέχονται αφορούν έξι πτυχές της βιώσιμης προώθησης:

- Ενημερώστε και δεσμεύστε τους πελάτες σας στην βιωσιμότητα: Πώς να ενημερώσετε τους πελάτες για την προσέγγιση του προορισμού σας στην βιωσιμότητα και πώς να ενθαρρύνετε συμπεριφορές βιωσιμότητας από τους επισκέπτες σας.
- Προώθηση της υποστήριξης των στόχων της βιωσιμότητας: πώς να προσανατολίσετε καλύτερα τον επικοινωνιακό σχεδιασμό σας για περισσότερη βιωσιμότητα και καλύτερη υποστήριξη της τοπικής οικονομίας.
- Προβάλλετε τα βιώσιμα προϊόντα: πώς να προωθήσετε τα τοπικά βιώσιμα προϊόντα, την φιλοξενία, και τις δραστηριότητες.
- Προωθήστε την άυλη κληρονομιά: πώς να προωθήσετε την «ψυχή» μιας τοποθεσίας.
- Επανατοποθετήστε τον προορισμό σας: πώς να προσελκύσετε καινούργιο κοινό και υπεύθυνους επισκέπτες.
- Υπεύθυνη προώθηση: σκεφτείτε να κάνετε οι ίδιοι βιώσιμη προώθηση.

### Βήμα 3. Αναπτύξτε την δική σας στρατηγική

Το έγγραφο που θα έχουν διαβάσει οι εκπαιδευόμενοι γράφτηκε για τους Εθνικούς Οργανισμούς Τουρισμού προκειμένου να υποστηρίξει την ανάπτυξη εθνικών προσεγγίσεων που προωθούν τον βιώσιμο τουρισμό. Ήρθε η ώρα να αναπτύξετε μία στρατηγική για τον δικό σας προορισμό!

Λαμβάνοντας υπόψη τις συγκεκριμένες πόλεις τους, τα τουριστικά προϊόντα και τις υφιστάμενες προσπάθειες προς την βιωσιμότητα, οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να προτείνουν, για κάθε μία από τις έξι πτυχές, μία ή δύο βέλτιστες πρακτικές.

Αυτή η δραστηριότητα μπορεί επίσης να αποτελέσει μία ευκαιρία για δημιουργική έκφραση και οι συμμετέχοντες μπορούν να προτείνουν νέες ιδέες για την προώθηση της βιωσιμότητας!

1. Ενημερώστε και δεσμεύστε τους πελάτες στην βιωσιμότητα.
2. Προώθηση για την υποστήριξη των στόχων της βιωσιμότητας.
3. Προβάλλετε βιώσιμα προϊόντα.
4. Προωθήστε την άυλη κληρονομιά
5. Επανατοποθετήστε τον προορισμό σας.
6. Υπεύθυνη προώθηση.

Είδος: Μελέτη και ανάλυση βέλτιστων πρακτικών

### Προαπαιτούμενα

Δεν υπάρχουν προαπαιτούμενα εκτός από το έγγραφο που πρέπει να μελετηθεί και υπάρχει μόνο στα Αγγλικά.

Στην περίπτωση που οι εκπαιδευόμενοι δεν μπορούν να προσεγγίσουν το έγγραφο εξαιτίας της γλώσσας, ο εκπαιδευτής μπορεί να επιλέξει μία ή δύο βέλτιστες πρακτικές διαθέσιμες στην εθνική γλώσσα (δείτε επίσης τους συνδέσμους που παρέχονται στο έγγραφο) για κάθε μία από τις 6 πτυχές που εξετάζονται σε αυτό το έγγραφο.

### Απαιτούμενα υλικά

Μπορείτε να βρείτε το έγγραφο στο διαδίκτυο ή σε μορφή pdf σε αυτήν την πλατφόρμα.

<https://etc-corporate.org/uploads/2021/02/Tool-14-Knowledge-Booster-2-Marketing-Sustainability.pdf>

### Διάρκεια

Γύρω στις 4 ώρες.

Στην περίπτωση ενός δια ζώσης μαθήματος, η ανάγνωση του εγγράφου μπορεί να γίνει κατ' οίκον και μόνο τα βήματα 1 και 3 μπορούν να γίνουν με την ομάδα.

<b>Μάθημα 2</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>2.3</b>	<b>ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΕΩΝ ΑΝΑΚΑΛΥΨΕΩΝ</b>  <b>Σχεδιασμός διαχείρισης και συντονισμού</b>
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	Επαγγελματίες στον τουρισμό, ειδικά ενώσεις τουριστικών πρακτόρων και δημόσιοι φορείς επιφορτισμένοι με την προώθηση του τουρισμού.
<b>Στόχοι</b>	Αυτό το Κεφάλαιο θα συνεισφέρει στην ανάπτυξη/ενίσχυση των παρακάτω βασικών ικανοτήτων: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Πώς να αναπτύξετε ένα πρόγραμμα ενεργειών, από την στιγμή που έχετε έτοιμο να εφαρμοστεί τον σχεδιασμό του έργου περιήγησης ανακαλύψεων.</li> <li>• Πώς να συμπεριλάβετε τους τοπικούς παράγοντες.</li> <li>• Πώς να οργανώσετε μία βιώσιμη περιήγηση.</li> </ul>
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	Ο εκπαιδευόμενος θα μάθει: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Πώς να προσδιορίζει απλές κατευθύνσεις στον σχεδιασμό</li> <li>- Σχετικά με τον slow tourism και τις προδιαγραφές του.</li> <li>- Όλα τα εξωτερικά και εσωτερικά στοιχεία που αφορούν την υλοποίηση μιας περιήγησης.</li> <li>-</li> </ul> Ο εκπαιδευόμενος θα βελτιώσει: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Την ικανότητά του να εμπλέκει τους παράγοντες, βασιζόμενος στην περιγραφή του πλαισίου, τους στόχους, τις προτάσεις για τον προορισμό, κλπ.</li> <li>- Την ικανότητά του να οργανώνει όλες τις πτυχές μιας περιήγησης.</li> <li>- Την ικανότητά του να σχετίζεται και να οργανώνει.</li> </ul>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	3 έως 5 ώρες
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σχεδιασμός και προγραμματισμός εργασίας</li> <li>• Slow tourism.</li> <li>• Εμπλοκή παραγόντων.</li> </ul>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	Μετά από αυτά τα πρώτα βήματα (δείτε Κεφάλαια 1&2), θα πρέπει να νιώθετε ασφαλείς πως η περιήγηση ανακαλύψεων είναι βιώσιμη και μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες. Σε αυτό το Κεφάλαιο θα σας βοηθήσουμε να αναπτύξετε τον προγραμματισμό εργασίας ώστε να καταστήσετε την περιήγηση ανακαλύψεων ένα πραγματικό και επιτυχημένο τουριστικό προϊόν.



Θα σας παρέχουμε μερικά βοηθήματα και μεθόδους για να διαχειριστείτε καλύτερα την περιήγησή σας και να συμπεριλάβετε στην εφαρμογή της, τοπικούς παράγοντες και τουριστικά πρακτορεία.

## Λίγη θεωρία

### 1. Υλοποιώντας το δικό σας έργο μιας νέας περιήγησης ανακαλύψεων

Οι παρακάτω κατευθύνσεις θα σας βοηθήσουν να αναπτύξετε έναν Προγραμματισμό Ενεργειών ώστε να θέσετε σε λειτουργία την δική σας περιήγηση ανακαλύψεων. Συγκεκριμένα:

- Βεβαιωθείτε πως ο προγραμματισμός σας είναι απλός και σαφής.
- Δημιουργήστε ένα έγγραφο με τον σχεδιασμό το οποίο είναι εύστοχο, ευανάγνωστο και ευνόητο, καθώς και εύκολο να μεταδοθεί σε όλους τους συμμετέχοντες και τους παράγοντες.

Μερικές κατευθύνσεις μπορούν να σας βοηθήσουν να χωρίσετε τον προγραμματισμό της διαχείρισης σε μικρές εργασίες και να προσδιορίσετε αυτά που πρέπει να επιτευχθούν. Ξεκινήστε να γράφετε τον προγραμματισμό διαχείρισης προσδιορίζοντας τον στόχο.

#### Γράψτε τον προγραμματισμό εργασιών προτού ξεκινήσετε το έργο

Είναι απαραίτητο να σχεδιάσετε με τον καλύτερο τρόπο τις εργασίες που θα πρέπει να γίνουν.

1. Γράψτε μία εισαγωγή προκειμένου να τοποθετήσετε το έργο σας στο πλαίσió του.
2. Παρουσιάστε τους στόχους και τις επιδιώξεις του νέου τουριστικού προϊόντος.
3. Προκειμένου οργανωθείτε σωστά, ιεραρχήστε τις εργασίες σας σύμφωνα με την μέθοδο SMART: Συγκεκριμένο (Specific) - Μετρήσιμο (Measurable) - Εφικτό (Achievable) - Συναφές (Relevant) - Χρονικά οριοθετημένο (Time-bound).
4. Για κάθε μία από τις καθορισμένες εργασίες, απαριθμήστε τους απαραίτητους πόρους.
5. Προσδιορίστε τους περιορισμούς οι οποίοι μπορεί να σας αποτρέψουν να πετύχετε τους στόχους και τις επιδιώξεις σας.
6. Διανέμετε τις επιδιώξεις σύμφωνα με τις ικανότητες κάθε συνεργάτη.

#### Κρατήστε τους όλους ενεργούς και ενημερωμένους

**Το Συμμετοχικό Εργαστήρι για την Πολιτιστική Κληρονομιά (Heritage Participatory Workshop -HPW) (Δείτε το Μάθημα 1)** θα πρέπει να σας βοηθήσει να ενημερώνετε τους συνεργάτες σας σε κάθε στάδιο και να κάνετε μία αναλυτική συζήτηση στα αρχικά προσχέδια. Όταν οριστικοποιηθούν, εισάγετε τον Προγραμματισμό Ενεργειών μέσα από μία εκδήλωση και προωθήστε τα πρώτα αποτελέσματα και τα ορατά οφέλη.

#### Αναλύστε έναν Προγραμματισμό Ενεργειών

Θα πρέπει να προσδιορίσετε τα παρακάτω:

- ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ - Ποιές ενέργειες θα αναπτύξετε για να επιτευχθούν οι επιδιώξεις σας; Για παράδειγμα, θα εκπαιδεύσετε ξεναγούς και συνοδούς; Θα κοινοποιήσετε την νέα περιήγηση σε τουριστικούς πράκτορες, ταξιδιωτικά γραφεία, δημόσιους φορείς, κλπ.;
- ΟΜΑΔΑ - Ποιοί πρόκειται να εμπλακούν; Θα πρέπει να αποφασίσετε ποιοί θα είναι οι εμπυχωτές τις περιήγησης, και να αναθέσετε ρόλους στα μέλη της ομάδας



ανάλογα με τις ικανότητες του καθενός. Αν δεν υπάρχουν οι απαιτούμενες ικανότητες εντός της ομάδας, θα χρειαστεί να αναζητήσετε συνεργάτες (τοπικές πολιτιστικές ΜΚΟ, ξεναγούς, ειδικούς, κλπ.) ή να προβλέψετε εκπαίδευση κάποιων συμμετεχόντων.

- **ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ** - Πόσο θα κοστίσει να οργανώσετε και να προωθήσετε την νέα περιήγηση; Πώς θα χρηματοδοτήσετε την υλοποίηση της περιήγησης;
- **ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ** – what will be the Tour will be launched? How many months can you propose it (all year long?, only summer time?)? Ποιά χρονική περίοδο θα γίνει η έναρξη της περιήγησης; Ποιους μήνες μέσα στον χρόνο θα λειτουργεί (όλο τον χρόνο, μόνο καλοκαίρι);

Αυτά τα 4 στοιχεία θα πρέπει να αναλυθούν με αυτήν την σειρά. Ωστόσο, είναι πιθανό να χρειαστεί να πισωγυρίσετε από τις ενέργειες που προγραμματίζετε όταν φτάσετε στον οικονομικό παράγοντα, ή όταν συνειδητοποιήσετε ότι σας λείπουν ανθρώπινη πόροι!

Επιδίωξή σας είναι επίσης να εντάξετε την περιήγηση ανακαλύψεων στο τοπικό περιβάλλον και την οικονομία. Μπορείτε να βοηθηθείτε να το πετύχετε ακολουθώντας κάποιες βασικές αρχές:

- **Ενεργήστε υπέρ της καλής διοίκησης και της συμπερίληψης:** Η συμμετοχή από τον προσδιορισμό των επιδιώξεων μέχρι την υλοποίηση των δράσεων θα ενισχύσει την αίσθηση του ανήκειν, την κατανόηση του προγράμματος ενεργειών και τον ενθουσιασμό των συμμετεχόντων. Θα βοηθήσει την ένταξη (δείτε Μάθημα 1 και το HPW).
- **Σκεφτείτε οριζόντια:** για να είναι το έργο σας βιώσιμο χρειάζεται να βρεθεί μια καλή ισορροπία μεταξύ της κοινωνικής ισότητας, της προστασίας του περιβάλλοντος και της οικονομικής αποδοτικότητας. Αυτοί οι τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας θα πρέπει να αναλύονται ταυτόχρονα όταν σχεδιάζετε το έργο σας (δείτε Κεφάλαιο 2 για τον βιώσιμο τουρισμό).
- **Σκεφτείτε βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα:** πρέπει να έχετε μία στρατηγική προσέγγιση για να στοχεύσετε την μακροπρόθεσμη αποδοτικότητα και βιωσιμότητα. Προετοιμάζοντας από την αρχή την καταγραφή και αξιολόγηση του προγράμματος ενεργειών, θα βοηθηθείτε στο να επανεξετάσετε τακτικά τον σχεδιασμό και το ενδιαφέρον για την περιήγησή σας.
- **Εφαρμόστε ρεαλιστικά προγράμματα και πρόγραμμα ενεργειών**  
Προετοιμάστε ετήσια προγράμματα βασισμένα στον κεντρικό σχεδιασμό σας, τα οποία να είναι ρεαλιστικά και βιώσιμα.
- **Χρησιμοποιείτε μία ποικιλία άμεσων ενεργειών, κινήτρων και ελέγχων**  
Συμπεριλάβετε τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν απευθείας από τους διαχειριστές, καθώς και τα κίνητρα που πρέπει να δοθούν, αλλά και τους ελέγχους στους συνεργάτες.  
Χρησιμοποιήστε όταν υπάρχουν συναφή τοπικά και περιφερειακά μέτρα, όπως οικονομικά κίνητρα, πιστοποιήσεις και βραβεία.  
Συμπεριλάβετε διορθωτικά μέτρα και ενέργειες για να διορθώσετε τα προβλήματα και να αναζητήσετε νέες δυνατότητες.
- **Αναπαράξτε και επηρεάστε τους περιφερειακούς και εθνικούς σχεδιασμούς**  
Βεβαιωθείτε πως η επιλεγμένη προσέγγιση αντικατοπτρίζει τους περιφερειακούς και εθνικούς σχεδιασμούς για τον βιώσιμο τουρισμό. Επιδιώξτε να επηρεάσετε την



πολιτική, τους νόμους και τις ενέργειες σε αυτά τα ανώτερα επίπεδα, προκειμένου να προωθήσετε τον βιώσιμο τουρισμό.

## 2. Συμπεριλάβετε τους διαχειριστές στην βιωσιμότητα, το παράδειγμα του Slow tourism

### Τί είναι ο Αργός τουρισμός (Slow Tourism);

**Ο Slow Tourism είναι ένα είδος βιώσιμου τουρισμού** το οποίο ανταποκρίνεται σε μία νέα ταξιδιωτική φιλοσοφία. Οι τουρίστες προσκαλούνται να ταξιδέψουν με χαμηλούς ρυθμούς, με επίγνωση και βιώσιμα, για **να ανακαλύψουν λιγότερο γνωστούς προορισμούς, σεβόμενοι τους και διατηρώντας την αξία της κληρονομιάς και τον πλούτο που έχουν να προσφέρουν.**

Η φιλοσοφία του **Slow tourism** είναι επομένως **εφαρμόσιμη ειδικά** για την ενίσχυση της **κρυμμένης κληρονομιάς των λιμανιών**, η οποία συχνά αφορά πολύ μικρές παράκτιες καταστάσεις. Στον Slow tourism προτιμάται η προσοχή στην λεπτομέρεια ώστε να ανακαλυφθούν ξεχασμένες τοποθεσίες με τις δικές τους παραδόσεις, έθιμα και προϊόντα, προκειμένου να βιωθεί έντονα κάθε λεπτό της περιήγησης.

**Μία περιήγηση χαμηλών ρυθμών** σχεδιάζετε έτσι ώστε να είναι **βιώσιμη από τα πρώτα βήματά της**, για να εξασφαλιστεί πως κάθε λεπτομέρεια έχει μελετηθεί και κυρίως, σέβεται το περιβάλλον. Ειδικά, επειδή η **μετακίνηση** είναι ένα από τα πιο επιβαρυντικά για το περιβάλλον στοιχεία της τουριστικής βιομηχανίας, στον Slow tourism, υπάρχει μία τάση να **προτιμούνται βιώσιμα μέσα μεταφοράς όπως το τραίνο ή το ποδήλατο**, τα οποία ωστόσο καθίστανται δομικά μέρη της εμπειρίας, επιτρέποντας στους τουρίστες να θαυμάζουν τις ομορφιές της περιοχής που τους περιβάλλουν.

### Ανακαλύπτοντας τα οργανωτικά στοιχεία για τον Slow Tour

Ακολουθώντας αυτήν την γενική προσέγγιση, οι διαχειριστές στον Slow tourism ακολουθούν ορισμένες κατευθύνσεις που ταιριάζουν στις περιηγήσεις ανακαλύψεων:

- Προσφέρετε την εμπειρία σε μικρές ομάδες, το πολύ 15 ατόμων.
- Διατηρήστε την δυνατότητα να είναι μία ξενάγηση με έναν τοπικό ξεναγό, ή χωρίς ξεναγό, με περιγραφικό χάρτη της διαδρομής, ηχογραφημένη αφήγηση στο διαδίκτυο, ή όποια άλλη βοήθεια.
- Ζητήστε από τους ξεναγούς και τους πρεσβευτές να υιοθετήσουν μία βιώσιμη και υπεύθυνη προσέγγιση, τρόπο προώθησης και φιλοσοφία.
- Αναπτύξτε δίκτυα με άλλους τοπικούς τουριστικούς πράκτορες.
- Προωθήστε την κοινωνική ισότητα μέσω των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζετε από τοπικούς προμηθευτές.
- Κατά προτίμηση διατηρήστε την έδρα σας στην ίδια τοποθεσία όπου θα συντελείται η προτεινόμενη εμπειρία, ή, αλλιώς, αρκετά κοντά ώστε να είστε σε θέση να εξασφαλίζετε την ομαλή λειτουργία στο πεδίο και να συνδέεστε με τις κοινότητες και την αλυσίδα προσθήκης αξίας των ντόπιων.
- Προσπαθήστε να αναπτύξετε μακροχρόνιες σχέσεις με τοπικούς προμηθευτές που υποστηρίζουν την βιώσιμη προσέγγιση και τουριστικά πρακτορεία.
- Χρησιμοποιείστε νέες τεχνολογίες για την προώθηση και την κοινοποίηση των δραστηριοτήτων σας (όπως εφαρμογές, διαδικτυακές μπροσούρες, διαδικτυακά κανάλια επαφών, κλπ.) και διατηρείστε έναν σύγχρονο και ενημερωμένο ιστότοπο σε διάφορες γλώσσες (τουλάχιστον και στα Αγγλικά).
- Να είστε διαθέσιμοι να παρέχετε στους πελάτες πληροφορίες με συμβατικά μέσα, αλλά και μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.



Άλλα **ειδικά προαπαιτούμενα** μπορούν να ακολουθηθούν από τα ταξιδιωτικά γραφεία για να συλλάβουν και να οργανώσουν την περιήγηση ανακαλύψεων:

Όσον αφορά την ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ:

- Συμπεριλάβετε τουλάχιστον μία μετακίνηση με βιώσιμα μέσα μεταφοράς όπως ποδήλατο, ηλεκτρικό ποδήλατο, ηλεκτρικό πατίνι, περπάτημα, ηλεκτρικό όχημα ή οποιοδήποτε άλλο οικολογικό μέσο μετακίνησης.
- Προσφέρετε περιηγήσεις στις λιγότερο πολυσύχναστες περιοχές.
- Προσφέρετε μεταφορά των αποσκευών στους συμμετέχοντες που χρησιμοποιούν ελαφρά μέσα μετακίνησης.
- Προσφέρετε προσβασιμότητα σε ανθρώπους με αναπηρίες.
- Παρέχετε εφαρμογές για τις μετακινήσεις ή τον γεωεντοπισμό, στην περίπτωση που δεν υπάρχει ξεναγός.

Όσον αφορά το ΠΟΤΟ ΚΑΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ

- Παρέχετε πληροφορίες για την προέλευση, τους παραγωγούς, παραδοσιακά πιάτα και την ποιότητα του φαγητού.
- Προωθήστε την γαστρονομία ως μέρος της κουλτούρας και της παράδοσης του προορισμού.
- Βεβαιωθείτε πως τα προϊόντα που παρέχονται κατά την διάρκεια της περιήγησης είναι εποχικά, βιολογικά, και δίκαιου εμπορίου.
- Κατά προτίμηση συμπεριλάβετε εστιατόρια και δομές με γαστρονομικές διακρίσεις και πιστοποιήσεις στο πλαίσιο του δίκαιου εμπορίου, των βιολογικών προϊόντων ή της ελεγχόμενης προέλευσης.
- Συμπεριλάβετε δραστηριότητες γευσιγνωσίας και επισκέψεις σε τοπικούς παραγωγούς.
- Προσφέρετε γεύματα κατάλληλα με το είδος της δραστηριότητας (π.χ. Ορειβασία ή ποδηλασία).
- Παρέχετε μέσω ενός QR code πληροφορίες για το γεύμα ή το πιάτο σε σχέση με την προέλευση, την διατροφική αξία, κλπ.

Όσον αφορά τις ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

- Θεματικές δραστηριότητες που να αποσκοπούν στην προστασία και ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής, υλικής και άυλης, κληρονομιάς.
- Θεματικές δραστηριότητες που να επιτρέπουν στους επισκέπτες να κατανοούν σε βάθος την τοπική ταυτότητα, να συνδέονται με την ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού μέσα από τοπικές εκδηλώσεις (γιορτές και πανηγύρια), την γαστρονομία, τις χειροτεχνίες, κλπ.
- Δραστηριότητες των οποίων οι πάροχοι είναι τοπικοί επαγγελματίες με σεβασμό προς το περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες, προκειμένου να συνεισφέρουν στο κύρος των τοπικών κοινοτήτων και να προωθούν τον σεβασμό μεταξύ των τουριστών και των κατοίκων.
- Πρόβλεψη για την συμμετοχή τοπικών ομάδων όπως εθνικών κοινοτήτων, ΜΚΟ, εκπροσώπων, πολιτικά πρόσωπα, τοπικά ιδρύματα, κλπ.

Όσον αφορά την ΔΙΑΜΟΝΗ

- Πρόβλεψη για τοπικές δομές και οικογενειακές επιχειρήσεις, ιδανικά σε φάρμες, ψαροχώρια, στην φύση, σε μικρά ξενοδοχεία, κλπ.
- Πρόβλεψη εγκαταστάσεων για εργασία με τους τοπικούς προμηθευτές.
- Πρόβλεψη εγκαταστάσεων που προσφέρουν ατομική και προσωποποιημένες υπηρεσίες
- Πρόβλεψη δομών που παρέχουν οικεία και εξατομικευμένη εξυπηρέτηση, και όπου παίρνουν τον χρόνο για να καλωσορίσουν τους επισκέπτες και να τους



	πληροφορήσουν για το κοντινό περιβάλλον και τις δραστηριότητες που προσφέρει.
<b>Σχετικά με ΤΙΣ προτεινόμεν ες δραστηριότ ητες</b>	Δραστηριότητα 1 : Σύνταξη προδιαγραφών Slow Tourism για τους ενδιαφερόμενους. Δραστηριότητα 2 : Οργανισμός Slow Tourism για την κληρονομιά των λιμανιών.
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερ ο;</b>	<p>Ο αργός τουρισμός (Slow tourism) και πώς να είστε ένας slow traveller: <a href="https://travelersanddreamers.com/slow-tourism/">https://travelersanddreamers.com/slow-tourism/</a></p> <p>Ερευνητική μελέτη για τον Slow Tourism, διεθνείς τάσεις και καινοτομίες. Εγχειρίδιο δημιουργίας προϊόντων Slow tourism - Έργο MedPearls <a href="https://www.enicbcmmed.eu/sites/default/files/2020-09/Slow%20Tourism%20Product%20Creation%20Manual.pdf">https://www.enicbcmmed.eu/sites/default/files/2020-09/Slow%20Tourism%20Product%20Creation%20Manual.pdf</a></p> <p>Η συμμετοχή των παραγόντων στον σχεδιασμό του προορισμού: <a href="https://www.solimarinternational.com/stakeholder-engagement-in-destination-planning/">https://www.solimarinternational.com/stakeholder-engagement-in-destination-planning/</a></p> <p>Εμπνευστείτε από την μεθοδολογία των Πολιτιστικών διαδρομών: <a href="https://books.openedition.org/ifeagd/738?lang=it">https://books.openedition.org/ifeagd/738?lang=it</a></p>



Είδος: Μελέτη / προσομοίωση

**Ορολογία / θέμα**

Δίκτυο συντελεστών αργού τουρισμού, το brand του αργού τουρισμού, οι διαστάσεις του αργού τουρισμού

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Σύνταξη προδιαγραφών του αργού τουρισμού για τους επαγγελματίες του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα
- Ικανότητα κινητοποίησης των ενδιαφερόμενων, με βάση την περιγραφή του πλαισίου, τους στόχους, τις προτάσεις για τον προορισμό, κλπ.
- Ικανότητα δημιουργίας σχέσεων

**Περιγραφή****ΒΗΜΑ 1**

Λάβετε υπόψη τις παρακάτω προδιαγραφές και τις εφαρμογές τους οι οποίες θα πρέπει να τηρούνται από τους φορείς που παρέχουν υπηρεσίες αργού τουρισμού στην βάση των προσδοκιών των επισκεπτών και της προσαρμογής τους στους έξι άξονες του αργού τουρισμού:

**ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ**

Ο ταξιδιώτης που ενδιαφέρεται για τον αργό τουρισμό επιθυμεί να έρθει σε επαφή με την τοπική πραγματικότητα και να είναι σε θέση να συλλέξει και να εκφράσει την γνώμη του για την εμπειρία αυτή. Ο φορέας του αργού τουρισμού ανταποκρίνεται οργανώνοντας δραστηριότητες και εκδηλώσεις που θα επιτρέψουν τις ανταλλαγές μεταξύ των επισκεπτών και των ντόπιων.

Στην πράξη αυτό σημαίνει:

- Παροχή πληροφοριών και εξατομικευμένων λύσεων για τις ανάγκες των επισκεπτών και ανάπτυξη ενεργητικής επικοινωνίας πριν, κατά, και μετά την παραμονή τους.
- Συστηματική ενθάρρυνση – κατά και μετά την παραμονή, με διαδικτυακές και παραδοσιακές μεθόδους – των ανταλλαγών εμπειριών, συμβουλών, εντυπώσεων, και αξιολογήσεων από τους επισκέπτες.
- Ενθάρρυνση των σχέσεων και δραστήρια ανταλλαγή μεταξύ των επισκεπτών και της τοπικής κοινότητας, για την διάδοση των αξιών της περιοχής.

**ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Ο ταξιδιώτης που ενδιαφέρεται για τον αργό τουρισμό θέλει να γνωρίσει και να βιώσει την πραγματικότητα του προορισμού. Ο φορέας του αργού τουρισμού ανταποκρίνεται προετοιμάζοντας και υποστηρίζοντας τις δραστηριότητες και τους χώρους που ενισχύουν τις τοπικές παραδόσεις και άλλες κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές.

Στην πράξη αυτό σημαίνει:

- Στην επένδυση των χώρων που χρησιμοποιούν οι επισκέπτες και στον ρουχισμό του προσωπικού χρησιμοποιήστε στοιχεία που χαρακτηρίζουν την τοπική παράδοση.



### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Σύνταξη προδιαγραφών Slow Tourism για τους ενδιαφερόμενους

Είδος: Μελέτη / προσομοίωση

#### Περιγραφή

- Διοργανώστε δράσεις (αναγνώσεις, προβολές, γευσιγνωσίες, καλλιτεχνικές εκθέσεις, κλπ.) και κάποιες παροχές προς τους επισκέπτες (μία μικρή βιβλιοθήκη, ή πολυμέσα) για την υποστήριξη της καλύτερης κατανόησης των αυθεντικών πτυχών του τοπικού περιβάλλοντος: πολιτισμός, λαϊκή σοφία, παραδόσεις και γενικά οι βασικές πτυχές της καθημερινότητας.
- Έχετε έτοιμο έναν κατάλογο επαγγελματιών με διάφορες εξειδικεύσεις που σχετίζονται με την τοπική πραγματικότητα για να συστήσετε στους επισκέπτες αν απαιτηθεί ή για να παρέχετε συγκεκριμένες εμπειρίες.
- Προτείνετε τοποθεσίες, εκδηλώσεις, και αξιοθέατα που αξιοποιούν οι ντόπιοι και βοηθούν την κατανόηση και την εμπάθυνση στην τοπική πραγματικότητα.

#### ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Ο επισκέπτης που ενδιαφέρεται για τον αργό τουρισμό θέλει να γνωρίζει τις μεθόδους που εφαρμόζονται για τον σεβασμό προς το περιβάλλον και για την ηθικά δίκαιη ανάπτυξη. Ο φορέας του αργού τουρισμού ανταποκρίνεται κοινοποιώντας την δέσμευση και την προσοχή που δίνει η δομή του στην βιώσιμη και κοινωνικά ισότιμη ανάπτυξη στην τοπική κοινωνία.

Στην πράξη αυτό σημαίνει:

- Σεβαστείτε τα κριτήρια της ποιότητας του περιβάλλοντος, της εξοικονόμησης ενέργειας και της κοινωνικής ισότητας.
- Ενεργείτε συνεχώς για την μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της δομής σας και καταγράφετε τις βελτιώσεις που πετυχαίνετε.
- Αφιερώστε χρόνο για την επιλογή και επιβεβαίωση της αξιοπιστίας των προμηθευτών (όσων παρέχουν υπηρεσίες στην λογική του αργού τουρισμού), αποφεύγοντας αμφιλεγόμενες καταστάσεις από ηθική, ποιοτική ή περιβαλλοντική σκοπιά.
- Κοινοποιήστε στους επισκέπτες σας την δέσμευσή σας στην ανάπτυξη του βιώσιμου και υπεύθυνου τουρισμού, καθώς και των βελτιώσεων που έχετε πετύχει.

#### ΧΡΟΝΟΣ

Ο επισκέπτης που ενδιαφέρεται για τον αργό τουρισμό θέλει να διαχειρίζεται τις διακοπές του με τους δικούς του ρυθμούς και να αναζητά πληροφορίες και προτάσεις από εξειδικευμένο προσωπικό. Ο φορέας αργού τουρισμού ανταποκρίνεται αφιερώνοντας χρόνο για τον σχεδιασμό των προσφερόμενων υπηρεσιών, και προσπαθώντας να τις προσαρμόζει στις ανάγκες των πελατών.

Στην πράξη αυτό σημαίνει:

- Οργάνωση των ωρών λειτουργίας των υπηρεσιών έτσι ώστε ο πελάτης να μπορεί να έχει διαθέσιμες τις επιλογές που προτιμά.
- Την αφιέρωση χρόνου για τον σχεδιασμό βελτιώσεων των συνθηκών εργασίας και λύσεων για την βελτίωση της προσέγγισης του αργού τουρισμού στην δομή.
- Εμπλοκή του προσωπικού σε δραστηριότητες (ενημερωτικές συναντήσεις, σεμινάρια, επισκέψεις, κλπ.) οι οποίες βελτιώνουν την γνώση τους για τον προορισμό (χρήσεις, συνήθειες, ευκαιρίες) και τις υπηρεσίες που παρέχουν.
- Κοινοποίηση στους επισκέπτες της αφοσίωσης της δομής στον αργό τουρισμό και αφιέρωση χρόνου για την ικανοποίηση, άμεσα ή έμμεσα, της προσδοκώμενης ποιότητας της εμπειρίας και των προσφερόμενων υπηρεσιών.

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Σύνταξη προδιαγραφών Slow Tourism για τους ενδιαφερόμενους

Είδος: Μελέτη / προσομοίωση

### Περιγραφή

#### ΒΡΑΔΥΤΗΤΑ

Ο επισκέπτης που ενδιαφέρεται για τον αργό τουρισμό επιθυμεί να εξερευνήσει με ηρεμία τον προορισμό, ακόμα και πέρα από τις διαδεδομένες διαδρομές, δίνοντας προσοχή στις παρεχόμενες υπηρεσίες. Ο φορέας αργού τουρισμού ανταποκρίνεται προσκαλώντας τους επισκέπτες να μην ασχοληθούν με τα τετριμμένα αλλά να δοκιμάσουν εναλλακτικές διαδρομές και εμπειρίες.

Στην πράξη αυτό σημαίνει:

- Ευαισθητοποίηση και καθοδήγηση των επισκεπτών σε μία επιβραδυμένη εμπειρία του προορισμού και ενημέρωσή τους για τις δυνατότητες μιας τέτοιας προσέγγισης της περιοχής (μετακινήσεις, ενοικιάσεις οχημάτων, διαδρομές, ξεναγήσεις, κλπ.).
- Προώθηση άλλων δικτύων φορέων που προσφέρουν εμπειρίες αργού τουρισμού.
- Υιοθέτηση κατάλληλων λύσεων για την χρήση υπηρεσιών και της περιοχής από πελάτες με μειωμένη κινητικότητα (ηλικιωμένους, ανάπηρους, παιδιά, κλπ.).

#### ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ

Ο επισκέπτης που ενδιαφέρεται για τον αργό τουρισμό επιθυμεί να ζήσει την εμπειρία ικανοποιώντας την περιέργειά του και την επιθυμία του να γνωρίσει και να εκπλαγεί. Ο φορέας αργού τουρισμού ανταποκρίνεται σχεδιάζοντας προσεκτικά τις δραστηριότητες ώστε να είναι όσο πιο ελκυστικές γίνεται.

Στην πράξη αυτό σημαίνει:

- Προσεκτικός σχεδιασμός των δραστηριοτήτων που θα υλοποιηθούν ή θα προταθούν, με έμφαση στους παράγοντες που θα αυξήσουν τις καλές αναμνήσεις από αυτές τις εμπειρίες.
- Αξιοποίηση, κατά την υλοποίηση των δραστηριοτήτων, κατάλληλου και επικοινωνιακού ικανού προσωπικού με ικανότητα να αυξήσει την ενεργή και συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών.
- Χρήση τεχνολογίας και πολυμέσων για την αναπαράσταση καταστάσεων που διεγείρουν το ενδιαφέρον και την ενεργή και συναισθηματική εμπλοκή των επισκεπτών.

#### ΒΗΜΑ 2

Προσδιορίστε τους ενδιαφερόμενους συντελεστές στο πλαίσιο των παρακάτω κατηγοριών: Κάτοικοι, πάροχοι διαμονής, τουριστικοί πράκτορες, τουριστικά γραφεία, τοπικές αρχές, διαχειριστές, ιδιοκτήτες, CEO, υπάλληλοι, εκπαιδευτικοί, σπουδαστές, αγρότες, άλλοι ενδιαφερόμενοι φορείς.

#### ΒΗΜΑ 3

Προετοιμάστε παραδείγματα για κάθε μία από τις προδιαγραφές λειτουργικότητας που προαναφέρθηκαν, προκειμένου να τις προσαρμόσετε ειδικά για τον δικό σας προορισμό-λιμάνι.

#### ΒΗΜΑ 4

Προχωρήστε στο τελικό προσχέδιο των Προδιαγραφών Αργού Τουρισμού για τους ενδιαφερόμενους παράγοντες.

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Σύνταξη προδιαγραφών Slow Tourism για τους ενδιαφερόμενους**

Είδος: Μελέτη / προσομοίωση

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνάντηση.

**Προαπαιτούμενα**

Βασικές έννοιες του βιώσιμου τουρισμού, πολιτιστικός τουρισμός και επαγγελματικά δεδομένα για τον τουρισμό, ενδιαφερόμενοι παράγοντες.

**Απαιτούμενα υλικά**

PC, εκτυπωτής, πρόσβαση στο διαδίκτυο.

**Διάρκεια**

2-3 ώρες

**Πόροι**

Εμπλοκή των ενδιαφερόμενων παραγόντων στους σχεδιασμούς για τον τουριστικό προορισμό (Stakeholder Engagement in Destination Planning)  
<https://www.solimarinternational.com/stakeholder-engagement-in-destination-planning/>

## ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων

### 2.3: Σχεδιασμός διαχείρισης και συντονισμού

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Διοργάνωση αργής περιήγησης ανακαλύψεων της κληρονομιάς του λιμανιού

Είδος: Μελέτη / προσομοίωση

#### Ορολογία / θέμα

- Αργός τουρισμός
- Οι απαιτήσεις και οι πρακτικές πτυχές μιας περιήγησης στην λογική του αργού τουρισμού

#### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Γνώση όλων των εξωτερικών και εσωτερικών πτυχών που αφορούν την υλοποίηση μιας περιήγησης.
- Ικανότητα διοργάνωσης μιας περιήγησης στην λογική του αργού τουρισμού.

#### Περιγραφή

##### **ΒΗΜΑ 1**

Ο εκπαιδευτής/συντονιστής, επιλέγει μόνος ή σε συνεργασία με τους συμμετέχοντες και προτείνει έναν προορισμό ή ένα λιμάνι με χαρακτηριστική κληρονομιά τα οποία θα μπορούσε να γίνει η βάση για μία νέα περιήγηση ανακαλύψεων.

##### **ΒΗΜΑ 2**

Οι συμμετέχοντες προσδιορίζουν τους βασικούς πιθανούς ενδιαφερόμενους παράγοντες που συνδέονται με τον προορισμό που επιλέχθηκε.

##### **ΒΗΜΑ 3**

Λαμβάνοντας υπόψη τις παρακάτω προδιαγραφές και τις πρακτικές πτυχές του θέματος, οι συμμετέχοντες εργάζονται σε ομάδες των τριών ή τεσσάρων ατόμων και εφαρμόζουν μία αργή περιήγηση ανακαλύψεων, όπως περιγράφεται στο Κεφάλαιο 2.3:

- ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
- ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ
- ΦΑΓΗΤΟ ΚΑΙ ΠΟΤΟ
- ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
- ΔΙΑΜΟΝΗ

##### **ΒΗΜΑ 4**

Προχωρήστε στο προσχέδιο της διοργάνωσης της αργής περιήγησης ανακαλύψεων στο λιμάνι.

##### **ΒΗΜΑ 5**

Τα αποτελέσματα μοιράζονται μεταξύ όλων των συμμετεχόντων και γίνεται συζήτηση για την βελτίωση των προτεινόμενων προσχεδίων διοργάνωσης της περιήγησης ανακαλύψεων.



**ΜΑΘΗΜΑ 2: Ανάπτυξη νέων περιηγήσεων ανακαλύψεων****2.3: Σχεδιασμός διαχείρισης και συντονισμού****ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Διοργάνωση αργής περιήγησης ανακαλύψεων της κληρονομιάς του λιμανιού**

Είδος: Μελέτη / προσομοίωση

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνάντηση

**Προαπαιτούμενα**

Βασικές γνώσεις για τον βιώσιμο τουρισμό και ειδικά τον αργό τουρισμό, τα επαγγελματικά δεδομένα για τον τουρισμό και τους ενδιαφερόμενους παράγοντες.

Καλή εξοικείωση με την χρήση υπολογιστών και του διαδικτύου.

**Απαιτούμενα υλικά**

Το εκπαιδευτικό περιεχόμενο του Κεφαλαίου 2.3, υπολογιστής, εκτυπωτής, πρόσβαση στο διαδίκτυο

**Διάρκεια**

2-3 ώρες

**Πόροι**

Μερικά παραδείγματα περιηγήσεων στην λογική του αργού τουρισμού μπορούν να βρεθούν εδώ:

CINQUE TERRE: INTO THE BLUE

[https://www.slowloutruscany.it/en/tourdetail/cinque\\_terre\\_into\\_the\\_blue\\_10072](https://www.slowloutruscany.it/en/tourdetail/cinque_terre_into_the_blue_10072)

<b>Μάθημα 2</b> <b>Κεφάλαιο 2.4</b>	<b>Προσδιορίστε τα πρότυπα καθώς και τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές ενέργειες που πρέπει να τεθούν σε προτεραιότητα για την υλοποίηση των περιηγήσεων ανακαλύψεων</b>																							
<b>κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	Επαγγελματίες στον τουρισμό, παράγοντες																							
<b>Στόχοι</b>	Αυτό το Κεφάλαιο θα συνεισφέρει στην ανάπτυξη των παρακάτω ικανοτήτων: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Στην βελτίωση της ικανότητας μιας ομάδας συντελεστών να αξιολογήσει εάν μια συγκεκριμένη περιήγηση έχει χαρακτηριστικά βιωσιμότητας μέσα από τον προσδιορισμό ενός συνόλου δεικτών.</li> <li>• Στην γνώση των πιο συνηθισμένων δεικτών για την παρακολούθηση της βιωσιμότητας μιας περιήγησης.</li> <li>• Στην κατανόηση του πώς να συλλέγονται και να επεξεργάζονται τα απαραίτητα δεδομένα για την συγκρότηση των δεικτών.</li> <li>• Στην συγκρότηση μιας βάσης δεδομένων για την βελτίωση της βιωσιμότητας ενός τουριστικού προορισμού για να χρησιμοποιηθεί στον καθορισμό νέων αναπτυξιακών σχεδιασμών.</li> </ul>																							
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Προσόντων <table border="1" data-bbox="411 1128 1398 1998"> <thead> <tr> <th></th> <th>Γνώσεις</th> <th>Δεξιότητες</th> <th>Υπευθυνότητα και αυτονομία</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Να γνωρίζει τους σημαντικότερους δείκτες βιωσιμότητας διαχωρισμένους κατά κριτήρια και δείκτες</td> <td></td> <td>Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί. Να επιλύει προβλήματα. Να αποκτά ικανότητες και να κάνει σχεδιασμούς βάσει των επιδιώξεών του.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Να γνωρίζει τις πιο συναφείς διαθέσιμες βάσεις δεδομένων για την κατασκευή δεικτών βιωσιμότητας.</td> <td></td> <td>Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί. Να αποκτά ικανότητες και να κάνει σχεδιασμούς βάσει των επιδιώξεών του.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Να γνωρίζει πώς να αναπτύξει ένα σύστημα για να διαβάσει τους δείκτες βιωσιμότητας, και να συντάσσει μία έκθεση με τα συμπεράσματα.</td> <td>Να χρησιμοποιεί ένα λογιστικό φύλλο για την δημιουργία δεικτών και πινάκων. Να γνωρίζει πώς να συντάσσει μία έκθεση παρακολούθησης.</td> <td>Να ηγείται. Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα και αυτονομία		1	Να γνωρίζει τους σημαντικότερους δείκτες βιωσιμότητας διαχωρισμένους κατά κριτήρια και δείκτες		Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί. Να επιλύει προβλήματα. Να αποκτά ικανότητες και να κάνει σχεδιασμούς βάσει των επιδιώξεών του.		2	Να γνωρίζει τις πιο συναφείς διαθέσιμες βάσεις δεδομένων για την κατασκευή δεικτών βιωσιμότητας.		Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί. Να αποκτά ικανότητες και να κάνει σχεδιασμούς βάσει των επιδιώξεών του.		3	Να γνωρίζει πώς να αναπτύξει ένα σύστημα για να διαβάσει τους δείκτες βιωσιμότητας, και να συντάσσει μία έκθεση με τα συμπεράσματα.	Να χρησιμοποιεί ένα λογιστικό φύλλο για την δημιουργία δεικτών και πινάκων. Να γνωρίζει πώς να συντάσσει μία έκθεση παρακολούθησης.	Να ηγείται. Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί.	
	Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα και αυτονομία																					
1	Να γνωρίζει τους σημαντικότερους δείκτες βιωσιμότητας διαχωρισμένους κατά κριτήρια και δείκτες		Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί. Να επιλύει προβλήματα. Να αποκτά ικανότητες και να κάνει σχεδιασμούς βάσει των επιδιώξεών του.																					
2	Να γνωρίζει τις πιο συναφείς διαθέσιμες βάσεις δεδομένων για την κατασκευή δεικτών βιωσιμότητας.		Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί. Να αποκτά ικανότητες και να κάνει σχεδιασμούς βάσει των επιδιώξεών του.																					
3	Να γνωρίζει πώς να αναπτύξει ένα σύστημα για να διαβάσει τους δείκτες βιωσιμότητας, και να συντάσσει μία έκθεση με τα συμπεράσματα.	Να χρησιμοποιεί ένα λογιστικό φύλλο για την δημιουργία δεικτών και πινάκων. Να γνωρίζει πώς να συντάσσει μία έκθεση παρακολούθησης.	Να ηγείται. Ικανότητα να αναλύει και να καινοτομεί.																					



<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	3 έως 5 ώρες
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Η ξεχασμένη κληρονομιά του λιμανιού</li><li>• Προορισμός</li><li>• Πολιτιστικά αξιοθέατα</li><li>• Δείκτες</li><li>• Ευρωπαϊκό Σύστημα Τουριστικών Δεικτών (European Tourism Indicators System -ETIS)</li></ul>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Από την στιγμή που έχετε κάνει τον σχεδιασμό σας και το πρόγραμμα ενεργειών, είναι σημαντικό να παρακολουθείτε την εξέλιξη της εφαρμογής του τουριστικού προϊόντος και να αξιολογείτε την επιτυχία του!</p> <p>Σε αυτό το Κεφάλαιο, θα σας προτείνουμε να εμπνευστείτε από τους δείκτες που προτείνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή: Το Ευρωπαϊκό Σύστημα Τουριστικών Δεικτών (European Tourism Indicators System -ETIS) δημιουργήθηκε για να βοηθά “τους προορισμούς να παρακολουθούν και να μετρούν τις επιδόσεις τους στον βιώσιμο τουρισμό, χρησιμοποιώντας μία κοινή συγκριτική προσέγγιση” (δείτε την εργαλειοθήκη του ETIS, 2016).</p> <p><b>Επιλέξτε δείκτες για την παρακολούθηση</b></p> <p>Αρχικά, εξετάστε τί είδους δείκτες επιδόσεων και επιπτώσεων θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν, πώς να παρακολουθείται ο σχεδιασμός και να αξιολογείται η επιτυχία του.</p> <p>Σε αυτό το Κεφάλαιο θα σας βοηθήσουμε να απαντήσετε τα παρακάτω:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ποιοί είναι οι δείκτες για τον βιώσιμο τουρισμό;</li><li>• Τί είναι το Ευρωπαϊκό Σύστημα Τουριστικών Δεικτών (ETIS);</li><li>• Πώς να δημιουργήσετε ένα σύστημα παρακολούθησης βασισμένο στο ETIS;</li><li>• Πώς και ποιους παράγοντες να συμπεριλάβετε στην δημιουργία ενός συστήματος δεικτών;</li><li>• Πώς να πετύχετε την αξιολόγηση και την αναγνώριση του σχεδιασμού.</li></ul>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p><b>Οι δείκτες βιωσιμότητας για τον ποιοτικό τουρισμό στην κληρονομιά των λιμανιών</b></p> <p><b>1. Εισαγωγή</b></p> <p>Η ανταγωνιστικότητα στον τουριστικό τομέα εξαρτάται σημαντικά από την βιωσιμότητα. Η παρεχόμενη ποιότητα των διαφόρων τουριστικών προορισμών επηρεάζεται από τις συμπεριφορές των κατοίκων και την επιρροή της τοπικής κουλτούρας.</p> <p>Για αυτόν τον λόγο, οι τουριστικοί προορισμοί ανταγωνίζονται μεταξύ</p>





τους για το πώς θα αντιμετωπίσουν καλύτερα τις δυσκολίες της περιβαλλοντικής, οικονομικής, και κοινωνικής βιωσιμότητας.

Για να βοηθήσει τα τοπικά συστήματα να αποκτήσουν ποιοτικό τουρισμό σύμφωνα με ευρέως αναγνωρισμένα πρότυπα στην Ευρώπη, η Επιτροπή έχει υιοθετήσει το δικό της σύστημα δεικτών το οποίο ονομάζεται ETIS (Ευρωπαϊκό Σύστημα Τουριστικών Δεικτών - European Tourism Indicators System). Είναι ένα σύστημα 43 δεικτών από τους οποίους κάθε τουριστική εφαρμογή μπορεί να διαλέξει αυτούς που ταιριάζουν καλύτερα για την μέτρηση και σύγκριση των επιδόσεων της τοπικής κοινότητας με την πάροδο του χρόνου.

Οι δείκτες χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Διαχείριση προορισμού,
2. Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις,
3. Οικονομική αποτίμηση,
4. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Το ETIS είναι πολύ χρήσιμο και εφαρμόσιμο στις πολιτιστικές τουριστικές εφαρμογές στα λιμάνια.

Κάθε περιοχή με λιμάνι μπορεί να θεωρηθεί τουριστικός προορισμός. Οποιοσδήποτε ενδιαφερόμενος μπορεί να βοηθήσει να καθοριστεί το τοπικό σύστημα δεικτών. Στην πραγματικότητα, οι μετρήσεις των αποκλίσεων των δεικτών με την πάροδο του χρόνου μπορούν να μας δώσουν μια ιδέα της προόδου (ή της οπισθοδρόμησης) με όρους τουριστικής ελκυστικότητας του λιμανιού. Προφανώς, σε τοπικό επίπεδο, είναι εφικτό να βασιστείτε σε έναν μειωμένο αριθμό δεικτών.

## **2. Για να μετρήσουμε και να παρακολουθήσουμε τους δείκτες βιωσιμότητας**

Όπως γνωρίζουν καλά οι πιο έμπειροι, οι σημαντικότερες πολιτικές για τον τουρισμό βασίζονται σε έναν σχετικά περιορισμένο αριθμό δεικτών. Μεταξύ των πιο συνηθισμένων είναι, ο αριθμός αφίξεων στον τουριστικό προορισμό, η προσφορά εργασιών, το επίπεδο ικανοποίησης των επισκεπτών.

Οι στατιστικές που μπορούν να προκύψουν από αυτούς τους δείκτες μάς κρύβουν σημαντικές λεπτομέρειες προκειμένου να αδράξουμε την τάση της τουριστικής δυναμικής.

Η διεύρυνση των πτυχών που πρέπει να παρακολουθούμε για να εντοπίζουμε την ελκυστικότητα ενός τουριστικού προορισμού είναι ένα πολύ σημαντικό μέτρο για την κατανόηση της δυναμικής της περιοχής στο μέλλον. Παρόλο τον μεγάλο αριθμό δεδομένων, στατιστικών, κατευθύνσεων και σχεδιασμών που υπάρχουν σε περιφερειακό επίπεδο, στο τοπικό επίπεδο υπάρχει συχνά έλλειψη των γνωστικών εργαλείων που θα παρέχουν στην διοίκηση της περιοχής τις πολιτικές με τις οποίες θα μπορούσε να βελτιώσει τον τουρισμό.



Για αυτήν την περίπτωση το ETIS αποτελεί μία έγκυρη μεθοδολογία για την βιώσιμη ανάπτυξη. Η χρήση των δεικτών που παρέχει δίνει την δυνατότητα στους τοπικούς φορείς να συγκρίνουν την δική τους κατάσταση με των υπολοίπων και να ελέγχουν την πρόοδο.

Η ιδέα είναι πως οι χρήστες αυτού του συστήματος μπορούν να έχουν μία εικόνα μακροπρόθεσμα για το πού οδηγείται η περιοχή τους και, εάν είναι απαραίτητο, να παρεμβαίνουν.

Αυτή η παράγραφος επομένως αποσκοπεί στον να καθοριστεί μία ενότητα δεικτών από το ETIS οι οποίοι θα χρησιμοποιηθούν για τον πολιτιστικό τουρισμό στα λιμάνια. Κάνοντας καλή χρήση του μεθοδολογικού οδηγού, οι επαγγελματίες στον τουρισμό θα είναι σε θέση να κατανοήσουν πώς:

- Να επιλέγουν τους πλέον κατάλληλους δείκτες.
- Να κατανοούν ποιές είναι οι προσδοκίες σε τοπικό επίπεδο.
- Να εμπλέκουν τους διάφορους παράγοντες καθορίζοντας τα επίπεδα αρμοδιότητας.
- Να συλλέγουν τα δεδομένα και να τα αναλύουν ώστε να αξιολογούν την πρόοδο.

Μοιάζει να είναι πολύ σημαντικό να ενθαρρυνθούν οι ανομοιογενείς ομάδες παραγόντων που μπορούν να εκπαιδευτούν στην παρακολούθηση και την υποστήριξη της διαχείρισης μέσω αμοιβαίας υποστήριξης και συνεργασίας.

### 3. Βασικοί δείκτες

Οι βασικοί δείκτες συγκεντρώνουν τις κρίσιμες, καθοριστικές και βασικές πληροφορίες που είναι απαραίτητες για την κατανόηση, παρακολούθηση και διαχείριση των επιδόσεων ενός προορισμού.

Οι δείκτες της Επιτροπής εκπροσωπούν τις διαφορετικές πτυχές της βιωσιμότητας και σχηματίζουν τον κορμό ενός πραγματικού συστήματος διαχείρισης προορισμών. Επιτρέπουν επίσης την σύγκριση ενός προορισμού με άλλους παρόμοιους.

Καθώς δεν έχουν όλοι οι προορισμοί τα ίδια χαρακτηριστικά, κάναμε μία επιλογή ορίζοντας ένα υποσύνολο δεικτών οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον τουρισμό των λιμανιών.

Είναι σαφές πως η συλλογή όλων των δεδομένων και η επεξεργασία τους δεν είναι διαδικασίες που μπορούν να επιτευχθούν σε μια στιγμή. Απαιτείται μια περίοδος προσαρμογής. Ίσως μπορείτε να ξεκινήσετε με τους δείκτες των οποίων τα δεδομένα είναι ευκολότερο να συλλεχθούν και ακολούθως μετά από ένα-δύο χρόνια να χρησιμοποιήσετε την πλήρη δυναμικότητα.

Οι 20 δείκτες που έχουμε επιλέξει εντάσσονται μέσα σε τέσσερις βασικές ενότητες:

A. Διαχείριση προορισμού: 1

B. Οικονομική αποτίμηση: 4



C. Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις: 9

D. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις: 6

Παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

**Ενότητα Α: Διαχείριση προορισμού**

Κριτήρια	Αναφορά δείκτη#	Βασικοί δείκτες του ETIS
A.1 Δημόσια πολιτική για τον βιώσιμο τουρισμό	A.1.1	Ποσοστό τουριστικών επενδύσεων/Ποσοστό επιχειρήσεων με εθελοντικές πιστοποιήσεις/περιβαλλοντικές σημάνσεις/ποιότητα/βιωσιμότητα/εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα

**Ενότητα Β: Οικονομική αποτίμηση**

Κριτήρια	Αναφορά δείκτη#	Βασικοί δείκτες του ETIS
B.1 Τουριστικές ροές (ποσότητα και οικονομικό μέγεθος) στον προορισμό	B.1.1	Αριθμός διανυκτερεύσεων ανά μήνα
B.2 Απόδοση τουριστικών επενδύσεων	B.2.1	Μέση διάρκεια παραμονής (σε διανυκτερεύσεις)
B.3 Ποσότητα και ποιότητα των θέσεων εργασίας	B.3.1	Άμεσες θέσεις εργασίας στον τουρισμό ως ποσοστό των συνολικών θέσεων εργασίας στην περιοχή
	B.3.2	Ποσοστό εποχικών θέσεων εργασίας στον τουρισμό

**Ενότητα C: Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις**

Κριτήρια	Αναφορά δείκτη#	Βασικοί δείκτες του ETIS
C.1 Επιπτώσεις στην κοινότητα και την κοινωνία	C.1.1	Αριθμός τουριστών/επισκεπτών ανά 100 κατοίκους
	C.1.2	Ποσοστό κατοίκων που δηλώνουν ικανοποιημένοι από τον τουρισμό στην περιοχή τους (ανά μήνα/εποχή)
	C.1.3	Αριθμός κλινών διαθέσιμων στις επαγγελματικές εγκαταστάσεις διαμονής ανά 100 κατοίκους
C.2 Υγεία και ασφάλεια	C.2.1	Ποσοστό τουριστών που υπέβαλαν καταγγελία στην αστυνομία
C.3 Ισότητα φύλων	C.3.1	Ποσοστό γυναικών και ανδρών που εργάζονται στον τουριστικό τομέα
	C.3.2	Ποσοστό τουριστικών επενδύσεων όπου ο γενικός διευθυντής είναι γυναίκα
C.4 Συμπερίληψη/προσβασιμότητα	C.4.1	Ποσοστό δωματίων σε επαγγελματικές εγκαταστάσεις διαμονής προσβάσιμες από αναπήρους
C.5 Προστασία και	C.5.1	Ποσοστό κατοίκων που δηλώνουν ικανοποιημένοι από τις επιπτώσεις του τουρισμού στην ταυτότητα της



ενίσχυση της πολιτιστικής κληρονομιάς, της τοπικής ταυτότητας και των θησαυρών		περιοχής
	C.5.2	Ποσοστό των εκδηλώσεων στον προορισμό οι οποίες εστιάζουν στις παραδόσεις και την τοπική κουλτούρα καθώς και την κληρονομιά

#### Ενότητα D: Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Κριτήρια	Αναφορά δείκτη#	Βασικοί δείκτες του ETIS
D.1 Μείωση επιπτώσεων από τις μετακινήσεις	D.1.1	Ποσοστό τουριστών και ημερήσιων επισκεπτών που χρησιμοποιούν εναλλακτικά μέσα μετακίνησης για τη άφιξή τους στον προορισμό.
D.2 Κλιματική αλλαγή	D.2.1	Ποσοστό τουριστικών επενδύσεων που συμμετέχουν σε προσπάθειες ελαχιστοποίησης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων όπως: Αντιστάθμιση του διοξειδίου του άνθρακα, συστήματα χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης, κλιτ - αντιδράσεις και ενέργειες στην κατεύθυνση της προσαρμογής
D.3 Διαχείριση στερεών αποβλήτων	D.3.1	Παραγωγή αποβλήτων ανά τουρίστα σε σύγκριση με την παραγωγή αποβλήτων ανά κάτοικο (σε χιλιόγραμμα)
	D.3.3	Ποσοστό συνολικών ανακυκλωμένων απορριμμάτων ανά τουρίστα σε σύγκριση με τα συνολικά απορρίμματα ανά κάτοικο, ανά έτος
D.7 Προστασία του τοπίου και της βιοποικιλότητας	D.7.1	Ποσοστό τοπικών επενδύσεων στον τουριστικό τομέα που συμμετέχουν ενεργά στην προστασία, την διατήρηση και την διαχείριση της τοπικής βιοποικιλότητας και των τοπίων

#### 4. Συμπληρωματικοί δείκτες

Από την στιγμή που έχει εδραιωθεί μια σαφής διαδικασία για την παρακολούθηση του πυρήνα των δεικτών, οι προορισμοί μπορεί να θελήσουν να συλλέξουν επιπλέον πληροφορίες που ταιριάζουν περισσότερο στο είδος του προορισμού τους, ή στην κατηγορία, ή στο συγκεκριμένο είδος τουριστικής αγοράς που υπηρετούν ή προωθούν.

Το ETIS επομένως περιλαμβάνει την δυνατότητα να συμπεριλάβετε επιπρόσθετους δείκτες οι οποίοι θα συμπληρώσουν τις βασικές πληροφορίες που παρέχονται και θα επιτρέψουν στους προορισμούς να προσαρμόσουν το σύστημα στις δικές τους ανάγκες ή στην κατηγορία προορισμού, για παράδειγμα, ορεινή, αστική, επαρχιακή, παράκτια, νησιωτική, καθώς και να συντονίσουν τις προσεγγίσεις και τις μακροπεριφερειακές και/ή διεθνικές διαστάσεις.

Τέτοιοι δείκτες θα πρέπει να παρασχεθούν με σαφή μεθοδολογία για την συλλογή των δεδομένων και να δοκιμαστούν για την περίπτωση που θα χρησιμοποιηθούν από κοινού με άλλους προορισμούς ή εξ ολοκλήρου



	<p>από άλλους.</p> <p>Παρουσιάζετε εδώ έναν κατάλογο πιθανών συμπληρωματικών δεικτών για να δοθεί ένα παράδειγμα του τί μπορεί να υπολογιστεί, καλύπτοντας ζητήματα παράκτιων και θαλάσσιων πολιτιστικών διαδρομών καθώς και ζητήματα προσβασιμότητας και διεθνικότητας.</p> <p><b>Θαλάσσιος και παράκτιος τουρισμός</b></p> <p><b>Ταξιδιώτες και λιμάνια</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Αριθμός εισερχόμενων και εξερχόμενων επιβατών ανά λιμάνι και μήνα</li><li>Αριθμός θέσεων ελλιμενισμού και αγκυροβολίων για σκάφη αναψυχής</li></ul> <p><b>Ποιότητα υδάτων</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Επίπεδο μόλυνσης θαλάσσιων υδάτων ανά 100 ml (faecal coliforms, campylobacter)</li></ul> <p><b>Παραλίες</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Ποσοστό παραλιών επιβραβευμένων με Μπλε σημαία</li><li>Έκταση και όγκος τεχνητής ανάκτησης παραλιών</li><li>Συνολικά χιλιόμετρα ελεύθερων παραλιών σε σχέση με τα συνολικά χιλιόμετρα παραλιών</li><li>Ποσοστό παραλιών που είναι προσβάσιμες από όλους</li><li>Αριθμός ημερών ανά έτος κατά τις οποίες η παραλία ή η ακτή παραμένει κλειστή λόγω μόλυνσης</li></ul>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	<p><i>Δραστηριότητα 1: Δημιουργία ενός συστήματος παρακολούθησης Αναγνώριση, μεταξύ των δεικτών του πυρήνα και των συμπληρωματικών, αυτών που είναι περισσότερο κατάλληλοι για τον προορισμό σας</i></p> <p><i>Δραστηριότητα 2: Αναλύστε τον προορισμό σας</i></p>
<b>Προετοιμασία</b>	<p>Μπορείτε να κατεβάσετε εδώ την εργαλειοθήκη του Ευρωπαϊκού Συστήματος Τουριστικών Δεικτών (European Tourism Indicator System -ETIS): <a href="https://ec.europa.eu/docsroom/documents/21749">https://ec.europa.eu/docsroom/documents/21749</a></p>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο ;</b>	<p><i>Μάθετε περισσότερα για την δημιουργία ενός συστήματος δεικτών για τον βιώσιμο τουρισμό:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en">https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en</a></li><li>• <a href="https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2018.1425696">https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2018.1425696</a></li><li>• <a href="https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548166211062649">https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548166211062649</a></li><li>• <a href="https://books.google.it/books?hl=it&amp;lr=&amp;id=omsPEAAAQBAJ&amp;oi=fnd&amp;pg=PP1&amp;dq=accountability+stakeholder+engagement+in+tourism&amp;ots=Iz9z3P_5P&amp;sig=G7tDfUnum4uYAn5XqAuhRg8zaF0#v=onepage&amp;q=accountability%20stakeholder%20engagement%20in%20tourism&amp;f=false">https://books.google.it/books?hl=it&amp;lr=&amp;id=omsPEAAAQBAJ&amp;oi=fnd&amp;pg=PP1&amp;dq=accountability+stakeholder+engagement+in+tourism&amp;ots=Iz9z3P_5P&amp;sig=G7tDfUnum4uYAn5XqAuhRg8zaF0#v=onepage&amp;q=accountability%20stakeholder%20engagement%20in%20tourism&amp;f=false</a></li><li>• <a href="https://dSPACE-test.interleaf.ie/bitstream/handle/20.500.12065/516/Stakeholder%20Enga">https://dSPACE-test.interleaf.ie/bitstream/handle/20.500.12065/516/Stakeholder%20Enga</a></li></ul>



[gement%20in%20Destination%20Management.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

- <https://uet.edu.al/wp-content/uploads/2021/11/Proceedings-Book-5.pdf#page=153>
- <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13675567.2015.1027150>

Είδος: Μελέτη / Προσομοίωση

**Ορολογία / θέμα**

Βασικοί δείκτες, συμπληρωματικοί δείκτες, μελέτη, επιλογές και πραγματοποίηση.

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

Ικανότητα περιγραφής με κατανοητό και ελκυστικό τρόπο του προορισμού μέσα από ένα σύνολο επιλεγμένων δεικτών.

**Περιγραφή**

**Στόχος:** Δημιουργία ενός πίνακα δεικτών με περιγραφές

**Βήμα 1: Μελέτη της εργαλειοθήκης ETIS και των διαφόρων ειδών δεικτών**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μελετήσει καλά την εργαλειοθήκη ETIS, και τα διάφορα είδη δεικτών που παρέχονται, τόσο τους βασικούς όσο και τους συμπληρωματικούς.

**Βήμα 2: Επεξεργασία ενός καταλόγου κριτηρίων επιλογής των δεικτών που είναι χρήσιμοι για τον προορισμό.**

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να επιλέξουν τους καταλληλότερους βασικούς και συμπληρωματικούς δείκτες, με βάση τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του επιλεγμένου για την άσκηση προορισμού.

**Βήμα 3: Επεξεργασία της μορφής των δεδομένων στην οποία θα συλλεχθούν οι ζητούμενες πληροφορίες και ανάλυση των δεικτών.**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να αναπτύξει μία μορφή έρευνας για κάθε δείκτη που θα περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα για την συλλογή, επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων.

**Βήμα 4: Δημιουργία έναν πίνακα δεικτών με τις σχετικές περιγραφές.**

Με βάση τα συγκεντρωμένα δεδομένα, ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να τα κατατάξει:

- A. Για την διαχείριση του προορισμού.
- B. Για τον προσδιορισμό της οικονομικής αξίας.
- Γ. Για τον προσδιορισμό των κοινωνικών και πολιτιστικών επιπτώσεων.
- Δ. Για τον προσδιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Ξεκινώντας με τις τιμές που συλλέχθηκαν, αναζητήστε το κατάλληλο είδος σχεδιασμού της ανάπτυξης για τον συγκεκριμένο προορισμό.



Είδος: Μελέτη / Προσομοίωση

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνάντηση.

### Προαπαιτούμενα

Βασικές γνώσεις για τον βιώσιμο τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό και τα επαγγελματικά δεδομένα για τον τουρισμό.  
Εξοικείωση με την χρήση ψηφιακών λογιστικών φύλλων και του διαδικτύου.

### Απαιτούμενα υλικά

PC, εκτυπωτής, πρόσβαση στο διαδίκτυο

### Διάρκεια

3-5 ώρες

### Πόροι

Δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2007.9687211?journalCode=rana20>

Η ανάπτυξη δεικτών για τον βιώσιμο τουρισμό: αποτελέσματα έρευνας για τον τουρισμό (The **development** of **indicators** for **sustainable tourism**: results of a Delphi survey of **tourism** researchers)

Δείκτες και βιώσιμος τουρισμός: Βιβλιογραφία (**Indicators** and **sustainable tourism**: Literature review)

Προσδιορισμός βασικών δεικτών για τον βιώσιμο τουρισμό: Μία διέξοδος προς τα εμπρός; (Identifying core **indicators** of **sustainable tourism**: A path forward?)



Είδος: Μελέτη / Προσομοίωση / Ομάδα εργασίας

**Ορολογία / θέμα**

Βασικοί δείκτες, συμπληρωματικοί δείκτες, μελέτη, επιλογή, ανάλυση, σχεδιασμός.

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

Ικανότητα δημιουργίας ενός εγγράφου στο οποίο θα περιγράφεται ο σχεδιασμός ξεκινώντας από την συλλογή και ανάλυση των δεδομένων που σχετίζονται με τον προορισμό.

**Περιγραφή**

***Χρησιμοποιώντας μία ενότητα τουλάχιστον 15 βασικών και 5 συμπληρωματικών δεικτών, οι εκπαιδευόμενοι αναλύουν τον προορισμό και τον σχεδιασμό τους.***

**Βήμα 1. Μελέτη και ανάλυση των καταγραφών των απαραίτητων δεδομένων για την επεξεργασία των βασικών και συμπληρωματικών δεικτών που προσδιορίστηκαν.**

Οι εκπαιδευόμενοι χωρισμένοι σε μικρές ομάδες θα προσδιορίσουν, έχοντας πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων, τα απαραίτητα ακατέργαστα στοιχεία για των υπολογισμό των δεικτών. Είναι σαφές πως το πραγματικό πρόβλημα θα είναι αυτό της προσαρμογής των δεδομένων, που ίσως αφορούν την ευρύτερη περιοχή (Περιφέρεια, Επαρχία, Δήμος), τα οποία θα πρέπει να προσαρμοστούν για συγκεκριμένους προορισμούς όπως ένα λιμάνι. Θα χρειαστεί να εφαρμόσουμε αναλογικά μειωμένα ποσοστά, για παράδειγμα με βάση την επιφάνεια σε τετραγωνικά χιλιόμετρα.

**Βήμα 2. Επεξεργασία των δεικτών και σύντομος σχολιασμός για το καθένα.**

Η επεξεργασία των δεικτών πρέπει να γίνει από τους εκπαιδευόμενους σε ομάδες. Οι ομάδες εκπαιδεύονται στα είδη των δεικτών: κοινωνικοί, οικονομικοί και περιβαλλοντικοί. Το ίδιο και με τους συμπληρωματικούς δείκτες. Κάθε ομάδα θα χρειαστεί να καταλήξει σε αποτελέσματα και ένα σύντομο σχόλιο για το καθένα. Το περιγραφόμενο σύστημα θα καταγράφεται και θα ελέγχονται οι τάσεις με το πέρασμα του χρόνου.

**Βήμα 3. Η ανάπτυξη του σχεδιασμού.**

Ο σχεδιασμός θα πρέπει να θέτει τους στόχους ανάπτυξης και τις ενέργειες που θα πρέπει να γίνουν για την επίτευξή τους. Θα πρέπει επομένως να παρέχει βελτιώσεις των τάσεων των μεταβλητών που επηρεάζουν τους δείκτες οι οποίοι εμφανίζονται λιγότερο αποδοτικοί. Ο σχεδιασμός θα περιλαμβάνει ένα πρότυπο ανάπτυξης μέσα στον χρόνο και θα έχει βραχυχρόνιους στόχους (ετήσιους), αναθεωρούμενους κάθε χρόνο και με χρονικό ορίζοντα πενταετίας. Τέλος, ο σχεδιασμός θα περιλαμβάνει τους υπεύθυνους για τις προγραμματιζόμενες ενέργειες. Θα προέρχονται από τους σημαντικότερους παράγοντες και θα εμπλακούν στην ανάπτυξη του σχεδιασμού.



Είδος: Μελέτη / Προσομοίωση / Ομάδα εργασίας

Η ανάπτυξη του σχεδιασμού μπορεί να υλοποιηθεί σύμφωνα με την διαδικασία του Λογικού πλαισίου και με την μεθοδολογία GOPP (Goal Oriented Project Planning, Σχεδιασμός Έργου Προσανατολισμένου στους Στόχους).

Θα είναι χρήσιμο να δείτε περιπτώσεις εφαρμογής της εργαλειοθήκης ETIS. Θα πρέπει να περιγραφούν οι μεθοδολογίες παρακολούθησης.

Η ανασκόπηση του σχεδιασμού μετά από την αξιολόγηση των δεικτών θα μπορούσε να οδηγήσει στην τροποποίηση ορισμένων από αυτούς.

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνάντηση

### Προαπαιτούμενα

Βασικές γνώσεις για τον βιώσιμο τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό και τα επαγγελματικά δεδομένα για τον τουρισμό.

Εξοικείωση με την χρήση ψηφιακών λογιστικών φύλλων και του διαδικτύου. Βασικές γνώσεις σχεδιασμού έργου.

### Απαιτούμενα υλικά

PC, εκτυπωτής, πρόσβαση στο διαδίκτυο, χαρτοπίνακας.

### Διάρκεια

3 ημέρες

### Πόροι

Με ποιόν τρόπο το DMO (Destination Marketing Organization, Οργανισμός Προώθησης Προορισμού) μετρά τις εμπειρίες από μια εκτεταμένη περιοχή (How DMO Can Measure the Experiences of a Large Territory).

Ανάλυση χάσματος για τον παγκόσμιο βιώσιμο τουρισμό (Gap analysis for global sustainable tourism).

Μελέτη για την βιωσιμότητα ενός Ευρωπαϊκού τουρισμού (Study on the feasibility of a european tourism...).

Τουρισμός στις πόλεις-λιμάνια (Harbour city tourism)

<p><b>Μάθημα 3</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>3.1</b></p>	<p><i><b>Η ερμηνεία και οι πρεσβευτές της κληρονομιάς</b></i></p> <p><b>Χρήση τεχνικών ερμηνείας της κληρονομιάς</b></p>
<p><b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b></p>	<p>Επαγγελματίες στον τουρισμό, πρεσβευτές</p>
<p><b>Στόχοι</b></p>	<p>Κατά την διάρκεια αυτού του Κεφαλαίου θα γνωρίσετε την ερμηνεία της κληρονομιάς και τον τρόπο να εφαρμόσετε τις αρχές και τους τρόπους της ερμηνείας στην νέα περιήγηση ανακάλυψης.</p> <p>Αυτό θα σας βοηθήσει να αναπτύξετε τα παρακάτω:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τις γνώσεις σας για την ερμηνεία της κληρονομιάς</li> <li>• Την ικανότητά σας να αναγνωρίζετε και να ιεραρχείτε τα διάφορα φαινόμενα της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και να τα παρουσιάζετε σε ποικίλα ακροατήρια χρησιμοποιώντας τις αρχές της ερμηνείας και συνδέοντάς τα με τις αξίες και τις εμπειρίες των επισκεπτών.</li> <li>• Την ικανότητά σας να εμπλουτίζετε τις παρουσιάσεις της κληρονομιάς προσφέροντας πολλές πτυχές της, ώστε να βελτιώνεται η εμπειρία των επισκεπτών.</li> </ul>
<p><b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b></p>	<p>Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να εξηγεί τί είναι η Κληρονομιά.</li> <li>- Να περιγράφει την διαφορά μεταξύ υλικής και άυλης κληρονομιάς.</li> <li>- Να απαριθμεί τα στοιχεία της κληρονομιάς του λιμανιού που θα μπορούσε να αναδείξει για τους επισκέπτες.</li> <li>- Να γνωρίζει τον σκοπό της ερμηνείας της Κληρονομιάς.</li> <li>- Να απαριθμεί τις βασικές αρχές της ερμηνείας της Κληρονομιάς.</li> </ul> <p>Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να κατανοεί πώς κάθε στοιχείο της κληρονομιάς συνδέεται με πολλές ιστορίες.</p> <p>Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει επίσης:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να προσδιορίζει την κληρονομιά του λιμανιού και να ιεραρχεί την τοπική υλική και άυλη κληρονομιά.</li> <li>- Να αναγνωρίζει την ξεχασμένη κληρονομιά του λιμανιού.</li> <li>- Να γνωρίζει πώς να προτείνει εμπειρίες στους επισκέπτες.</li> <li>- Να αναπτύσσει μία αφήγηση: να συνδέει την τοπική κληρονομιά με την τοπική ιστορία και κουλτούρα.</li> <li>- Να προκαλεί το ενδιαφέρον των επισκεπτών.</li> <li>- Να συνδέει την τοπική κληρονομιά με την Ευρωπαϊκή ιστορία και κουλτούρα.</li> </ul> <p>Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι πρόθυμος:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Να μοιράζεται με άλλους την οπτική του για την τοπική κληρονομιά.</li> <li>- Να αξιολογεί και να αναθεωρεί την δική του εκτίμηση, γνώμη, για την τοπική κληρονομιά.</li> <li>- Να χρησιμοποιεί νέους τρόπους για το μοίρασμα της γνώσης.</li> <li>- Να συμπεριλαμβάνει στην παρουσίαση της κληρονομιάς διάφορες οπτικές.</li> </ul>



	<p>Θα πρέπει:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Να θεωρεί σημαντική την παρουσίαση μιας πολυδιάστατης οπτικής για τους θησαυρούς της τοπικής κληρονομιάς.</li><li>- Να έχει την περιέργεια να μαθαίνει περισσότερα σχετικά με μία πολυδιάστατη οπτική.</li></ul>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	<b>2 ώρες</b>
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	<i>Κληρονομιά, υλική κληρονομιά, άυλη κληρονομιά, ερμηνεία της κληρονομιάς, αξία και κληρονομιά, παραγωγή ουσιαστικής εμπειρίας</i>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο για την ερμηνεία της Κληρονομιάς, θα εξετάσουμε με ποιόν τρόπο μπορούμε να εμπλουτίσουμε την εμπειρία των επισκεπτών, προκαλώντας την περιέργεια και προτείνοντας διαδραστικές παρουσιάσεις, καθώς και πώς να ενισχύσουμε την συνειδητοποίησή τους, την εκτίμηση, και την υποστήριξή τους για την πολιτιστική κληρονομιά των λιμανιών.</p>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p><b>Τί είναι ερμηνεία της Κληρονομιάς;</b></p> <p>Η ερμηνεία έχει να κάνει με την βοήθεια προς ένα κοινό να εκτιμήσει κάτι το οποίο εσείς θεωρείτε αξιόλογο. Μπορεί να αφορά:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ένα κτήριο,</li><li>- Μια εξοχική περιοχή,</li><li>- Μία πτυχή της πολιτιστικής ζωής, για παράδειγμα μια παραδοσιακή γιορτή,</li><li>- Μια πόλη,</li><li>- Ένα αντικείμενο, ή μια συλλογή αντικειμένων,</li><li>- Μια βιομηχανία,</li><li>- Ένα ιστορικό γεγονός ή μία περίοδο,</li><li>- Μία δραστηριότητα, όπως για παράδειγμα την εργασία με ένα τσπανόσκυλο (δείτε Carter, J., A sense of place).</li></ul> <p>Η ερμηνεία της κληρονομιάς συνδέει τους ανθρώπους με την μνήμη του παρελθόντος τους. Μετατρέπει τις εμπειρίες σε πηγές έμπνευσης και δημιουργικότητας. Για να συμβαίνει αυτό, συνδέεται με τους ανθρώπους, προκαλεί την περιέργειά τους, συμπεριλαμβάνει αφηγήσεις που μπορεί να τους αφορούν, και ενθαρρύνει τον προβληματισμό (δείτε “Συνδέοντας τους πολίτες με την πολιτιστική κληρονομιά της Ευρώπης”).</p> <p>Ο Αμερικανός συγγραφέας και “πατέρας” της ερμηνείας της κληρονομιάς, Freeman Tilden (1957) περιγράφει την ερμηνεία ως “την αποκάλυψη μιας μεγαλύτερης αλήθειας η οποία κείται πίσω από κάθε στοιχείο της πραγματικότητας”. Πραγματικά, οι ερμηνευτές καλούνται να χρησιμοποιήσουν λέξεις για να προσκαλέσουν τους επισκέπτες σε εμπειρίες που αφυπνίζουν το συναίσθημα, την διάνοια και τις αισθήσεις (χρησιμοποιούν την καρδιά, το κεφάλι και τα χέρια, όπως λέγεται συχνά). Ενεργώντας έτσι μετατρέπουν την ξενάγηση σε μία αξιομνημόνευτη εμπειρία.</p> <p><b>Ερμηνεία, αξίες και δημιουργία νόηματος</b></p> <p>Οι ξεναγοί ερμηνείας δεν αναπαράγουν δεδομένα, άχρωμες πληροφορίες, όπως ημερομηνίες, επιστημονικά δεδομένα, κλπ. Αντίθετα, χρησιμοποιούν τέτοιες γνώσεις προκειμένου να εμπνεύσουν τους επισκέπτες να ανακαλύψουν ποιά είναι το νόημα της</p>



κληρονομιάς για τους ίδιους, και γιατί είναι σημαντικό να την προστατεύουν. Με άλλα λόγια, οι ερμηνευτές δεν είναι δάσκαλοι, με την παραδοσιακή έννοια του όρου. Εμπνέουν περισσότερο παρά κηρύττουν, καλούν τους ανθρώπους να επεξεργαστούν νέες οπτικές, παρά τους υπερφορτώνουν με δεδομένα.

Επιπρόσθετα, οι ερμηνευτές ξεναγοί μοιράζονται τις αφηγήσεις τους για την κληρονομιά με έναν τρόπο που αποκαλύπτει πώς αυτή συνδέεται με πανανθρώπινες αξίες, όπως η δημοκρατία, η ισότητα, η ελευθερία, η μη διάκριση. Ενεργώντας έτσι, προσκαλούν τους επισκέπτες να προβληματιστούν για τις δικές τους αξίες και πεποιθήσεις. Οι επισκέπτες μετατρέπονται από παθητικούς δέκτες σε ενεργούς διανοητές, ή ακόμα και ενεργούς πολίτες.

Σύμφωνα με το Interpret Europe, την Ευρωπαϊκή Ένωση για την Ερμηνεία Κληρονομιάς, το κλειδί για μια ποιοτική προσωπική ερμηνεία όλων των φαινομένων της κληρονομιάς βρίσκεται πίσω από τους τέσσερις “άσους” τους οποίους όλοι οι ερμηνευτές ξεναγοί θα πρέπει να χρησιμοποιούν:

- Να ανοίγουν δρόμους προς τα βαθύτερα νοήματα,
- Να μετατρέπουν τα φαινόμενα σε εμπειρίες,
- Να προκαλούν το ενδιαφέρον και την συμμετοχή,
- Να ενισχύουν την διαχείριση της κληρονομιάς γενικά.

As εξετάσουμε τί σημαίνουν πρακτικά αυτοί οι “άσοι”:

#### Να ανοίγουν δρόμους προς τα βαθύτερα νοήματα

Οι ερμηνευτές ξεναγοί δεν είναι οι μόνοι κάτοχοι της μίας αλήθειας για την κληρονομιά που παρουσιάζεται. Δεν επιδιώκουν να κοινοποιούν ένα μήνυμα για την κληρονομιά, ούτε επιδιώκουν να επιβάλλουν στους επισκέπτες το νόημα που έχει η κληρονομιά για τους ίδιους.

Αντίθετα, προσφέρουν μία αφήγηση η οποία θα είναι ανοιχτή σε πολλές ερμηνείες. Και θα χρησιμοποιήσουν ερωτήσεις που θα προσκαλούν τους ανθρώπους να ανακαλύψουν το νόημα που έχουν αυτά τα φαινόμενα για τους ίδιους, ακόμα και αν αυτά τα νοήματα είναι διαφορετικά, ή ακόμα και αν βρίσκονται σε αντίθεση με αυτά που προτείνει ο ερμηνευτής.

#### Να μετατρέπουν τα φαινόμενα σε εμπειρίες

Ο Freeman Tilden εξηγεί την ερμηνεία της κληρονομιάς ως μία εμπειρία από “πρώτο χέρι”. Πραγματικά, δεν μπορούμε να μιλάμε για την ερμηνεία της κληρονομιάς όταν η κληρονομιά αυτή είναι απύουσα.

Για να γίνει αυτό πιο κατανοητό, ας αναλογιστούμε το παρακάτω παράδειγμα:

Φανταστείτε τον εαυτό σας στο μέσον μιας δημόσιας πλατείας. Είναι Άνοιξη, ο ζεστός Ήλιος αντανακλά στο δέρμα σας, και είστε περιτριγυρισμένοι από δεκάδες ανθρώπους: κάποιοι είναι πολυάσχολοι, διασχίζουν την πλατεία βιαστικά, άλλοι πιο αργά, απολαμβάνουν την ημέρα, μικρά παιδιά παίζουν και τρέχουν απερίσκεπτα, ενώ οι γονείς τους μιλούν μεταξύ τους ρίχνοντας μια ματιά στα παιδιά κάθε τόσο. Ξαφνικά, ενώ στέκεστε στην μέση αυτής της οχλοβοής, συνειδητοποιείτε πως είναι σχεδόν μεσημέρι: δελεαστικές μυρωδιές αρχίζουν να αναδύονται από τα τριγύρω σπίτια, θυμίζοντας πως πλησιάζει η ώρα για το μεσημεριανό.

Ποιές σκέψεις διατρέχουν τον νου σας καθώς στέκεστε εκεί; Με ποιόν τρόπο θα συσχετίζατε αυτήν την εμπειρία με την καθημερινότητά σας; Ή με ποιά εικόνα από την παιδικότητά σας;

Οι απαντήσεις για καθένα από αυτά τα ερωτήματα είναι διαφορετικά για τον καθένα μας. Αλλά αυτό που είναι βέβαιο είναι πως είναι αδύνατον να αναπαραχθεί με πλήρη ζωντάνια αυτή η απλή εμπειρία, εάν δεν βρισκόμαστε οι ίδιοι στην πλατεία. Δεν μπορούμε να αναπαραστήσουμε το περιβάλλον (τους ήχους, τις μυρωδιές, τις αισθήσεις, κλπ.) και τα συναισθήματα που ξυπνούν από αυτό παρουσιάζοντας μια φωτογραφία της πλατείας ή μιλώντας γι αυτήν.

Να προκαλούν το ενδιαφέρον και την συμμετοχή

Οι ερμηνευτές ξεναγοί ενεργούν περισσότερο σαν διαμεσολαβητές παρά σαν επιμορφωτές. Χρησιμοποιούν ερωτήσεις για να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να συμμετέχουν στην συζήτηση. Αυτές οι ερωτήσεις διατυπώνονται κατά τρόπο που να ενθαρρύνει να ακουστούν όλες οι απόψεις - δεν υπάρχουν σωστές ή λάθες απαντήσεις. Οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να μοιραστούν παλιότερες εμπειρίες τους που σχετίζονται με την κληρονομιά που παρουσιάζεται. Οι ερμηνευτές διευκολύνουν τις απαντήσεις ώστε να επιτυγχάνεται το ζητούμενο ενδιαφέρον στους επισκέπτες.

Αυτή η συμμετοχική προσέγγιση είναι διακριτή για την ερμηνεία της κληρονομιάς.

Διαφορετικά είδη ερωτήσεων που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας ερμηνευτής είναι (ο Οδηγός Ερμηνείας):

1. Εστιασμένες ερωτήσεις που καλούν τους επισκέπτες να έρθουν σε άμεση επαφή με την κληρονομιά που παρουσιάζεται, για παράδειγμα: “παρατηρήστε προσεκτικά αυτό το αρχαίο δοχείο, πώς θα περιγράφατε το σχήμα του;”.
2. Μεταφέρετε ερωτήσεις που προέρχονται από επισκέπτες για να αποκαλύψετε την σύνδεση με παλαιότερες εμπειρίες τους, για παράδειγμα, “τί σας θυμίζει η μυρωδιά αυτού του λουλουδιού;”.
3. Επεξεργαστείτε ερωτήσεις που καλούν τους επισκέπτες να σκεφτούν πώς συνέβη ένα γεγονός, ή πώς θα μπορούσε να συμβεί, για παράδειγμα, “αν ήσασταν ένα μεταναστευτικό πτηνό, τί θα προσέχατε κατά την διάρκεια του ταξιδιού σας προς τον Νότο;”.
4. Ερωτήσεις αξιολόγησης, όπου οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να εκφράσουν τις δικές τους απόψεις, για παράδειγμα, “θα έπρεπε αυτή η εγκαταλελειμμένη εκκλησία να ανακαινιστεί ακόμα και αν αυτό θα σήμαινε την αλλαγή χρήσης της;”.

Να ενισχύουν την διαχείριση της κληρονομιάς γενικά

Αυτός ο τελευταίος “άσος” αποτελεί την ρίζα και την αιτία για το σύνολο της ερμηνευτικής διαδικασίας: η ερμηνεία συντελείται ώστε οι επισκέπτες να συνδέονται με την παρουσιαζόμενη κληρονομιά, να αποκαλύπτουν το νόημά της, και μέσα από αυτή την διαδικασία, να σχετίζονται μαζί της. Μόνο μέσα από αυτή την προσωπική εμπλοκή είναι δυνατόν στο μέλλον να νιώθουν και οι ίδιοι διαχειριστές αυτής της κληρονομιάς.

Συνοπτικά, οι ερμηνευτές ξεναγοί:

- Συζητούν με τους επισκέπτες, αντί να τους μιλούν, μετατρέποντας έτσι ένα παθητικό κοινό σε ενεργητικούς συμμετόχους.
- Προσαρμόζουν την ερμηνεία τους στους εκάστοτε επισκέπτες, αντί να αναπαράγουν τις ίδιες πληροφορίες με τον ίδιο τρόπο ξανά και ξανά.
- αφυπνίζουν τις αισθήσεις και την φαντασία των επισκεπτών.
- Βοηθούν τους επισκέπτες να προβληματίζονται για το νόημα που έχει για αυτούς η φυσική και πολιτιστική κληρονομιά.
- Προκαλούν τους επισκέπτες να αξιολογήσουν ή ακόμα και να αναθεωρήσουν τις δικές τους, καθημερινές αξίες και επιλογές.
- Ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να αναλάβουν τον ρόλο του διαχειριστή όλων των φαινομένων της κληρονομιάς, ακόμα και αυτών που φαινομενικά βρίσκονται μακριά από τους ίδιους.

**Σχετικά με  
τις  
προτεινόμε  
νες**

Δραστηριότητα 1- Επιλέξτε ένα θέμα και μία αφήγηση για την κληρονομιά σας  
Δραστηριότητα 2- Συνδέστε τα φαινόμενα της κληρονομιάς με αξίες



<b>δραστηριότητες</b>	
<b>Προετοιμασία</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ο Οδηγός Ερμηνείας: <a href="http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HeriQ/the_interpretive_guide_2015_en.pdf">http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HeriQ/the_interpretive_guide_2015_en.pdf</a></li><li>• Podcast – συζήτηση στρογγυλής τραπέζης μεταξύ τριών επαγγελματιών ερμηνευτών, μέρος του μαθήματος EUROPARC: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f3FFZgx7ZTs&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=f3FFZgx7ZTs&amp;t=1s</a></li></ul>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Μάθετε περισσότερα για το πώς να συνδέετε την <u>ερμηνεία της κληρονομιάς με κοινές αξίες</u>, μέσα από βέλτιστα παραδείγματα:<ul style="list-style-type: none"><li>- “Συνδέοντας τους πολίτες με την κληρονομιά της Ευρώπης” <a href="http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/publications/ie_engaging_citizens_with_europes_cultural_heritage_co.pdf">http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/publications/ie_engaging_citizens_with_europes_cultural_heritage_co.pdf</a></li><li>- Το ίδιο υλικό παρουσιάζεται σε αυτό το webinar: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZSHM2gT_gRg">https://www.youtube.com/watch?v=ZSHM2gT_gRg</a></li></ul></li><li>• Μάθετε περισσότερα για το πώς οι Ευρωπαϊκές τάσεις σε διάφορους τομείς επηρεάζουν την ερμηνεία της κληρονομιάς: “Ευρωπαϊκές τάσεις και εξελίξεις που επηρεάζουν την ερμηνεία της κληρονομιάς” <a href="http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/publications/interpret_europe_trend_analysis_2016.pdf">http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/publications/interpret_europe_trend_analysis_2016.pdf</a></li><li>• Μάθετε για την επαγγελματική εξέλιξη στην ερμηνεία της Κληρονομιάς <a href="http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/InHerit/Manual-InHerit-EN.pdf">http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/InHerit/Manual-InHerit-EN.pdf</a></li><li>• Μάθετε περισσότερα για τις φιλοσοφικές ρίζες της ερμηνείας της κληρονομιάς: “Εξερευνώντας τις φιλοσοφικές ρίζες της ερμηνείας της κληρονομιάς” <a href="http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/InHerit/inherit_digging_deeper_-_philosophical_roots_of_heritage_interpretation.pdf">http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/InHerit/inherit_digging_deeper_-_philosophical_roots_of_heritage_interpretation.pdf</a></li></ul>

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ερμηνευτές της κληρονομιάς σε δράση!

Είδος: Παιχνίδι ρόλων, συζήτηση

### Ορολογία / θέμα

Προσωπική ερμηνεία, ερμηνεία της κληρονομιάς, οι αρχές της ερμηνείας της κληρονομιάς

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Οι εκπαιδευόμενοι θα γνωρίσουν στην πράξη τον ρόλο του ερμηνευτή και του επισκέπτη.  
Θα γνωρίσουν τις αρχές της προσωπικής ερμηνείας.

### Περιγραφή

Οι εκπαιδευόμενοι θα βιώσουν τον ρόλο του ερμηνευτή και του επισκέπτη. Στο τέλος, ο εκπαιδευτής θα συντονίσει μία συζήτηση πάνω στο θέμα.

#### **Βήμα 1. Διανομή ρόλων**

Ο εκπαιδευτής ζητά 8 εθελοντές από τους συμμετέχοντες. Στην συνέχεια μοιράζει στον καθένα από μία «κάρτα κατευθύνσεων» (a-h).

Κάθε κάρτα κατευθύνσεων περιγράφει μία συγκεκριμένη αποστολή για τον εθελοντή ερμηνευτή.

Οι εθελοντές θα πρέπει να διαβάσουν τις οδηγίες κατ' ιδίαν, ώστε οι υπόλοιποι να μην γνωρίζουν το περιεχόμενο.

Κάθε κάρτα περιγράφει μία από τις παρακάτω κατευθύνσεις:

- Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας μέσα από μία διάλεξη, διανθισμένη με στοιχεία και αριθμούς για αυτό το αντικείμενο.
- Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας. Μέσα από την παρουσίαση θα πρέπει να πείσετε το ακροατήριό σας πως αυτό το αντικείμενο είναι το καλύτερο του είδους του σε όλον τον κόσμο, χωρίς να μένει αμφιβολία για την υπεροχή του σε σχέση με άλλα ανάλογα αντικείμενα που βρίσκονται αλλού.
- Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας ενθαρρύνοντας τους υποτιθέμενους επισκέπτες να μοιραστούν τις δικές τους εμπειρίες για αυτό το αντικείμενο (ή από ανάλογα αντικείμενα που έχουν στον τόπο προέλευσής τους).
- Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας, ενθαρρύνοντας τους υποτιθέμενους επισκέπτες να μοιραστούν την δική τους γνώμη για αυτό, ενώ παράλληλα θα μοιράζεστε κάποια στοιχεία που γνωρίζετε εσείς.
- Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας με έναν τρόπο που θα πείσει τους επισκέπτες να αλλάξουν μία κακή καθημερινή συνήθειά τους, ή να ενισχύσουν μία καλή καθημερινή συνήθεια.





## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ερμηνευτές της κληρονομιάς σε δράση!

Είδος: Παιχνίδι ρόλων, συζήτηση

## Περιγραφή

f. Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας με έναν τρόπο που θα αποκαλύπτει για αυτό κάτι απροσδόκητο, το οποίο οι υποτιθέμενοι επισκέπτες δεν γνωρίζουν ή δεν έχουν μέχρι τώρα συνειδητοποιήσει.

g. Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας με έναν τρόπο που θα εμπνεύσει τους υποτιθέμενους επισκέπτες να επανεξετάσουν πώς αυτό το αντικείμενο (ή άλλα παρόμοια τα οποία γνωρίζουν καλύτερα) μπορεί να μας βοηθήσει να ζούμε με πιο βιώσιμο τρόπο.

h. Θα πρέπει να παρουσιάσετε ένα αντικείμενο της επιλογής σας προκαλώντας την περιέργεια των υποτιθέμενων επισκεπτών σας, ως μέσον για να κάνετε την παρουσίασή σας περισσότερο συμμετοχική (παρά παθητική).

**Βήμα 2. Στον ρόλο του ερμηνευτή**

Αφού βεβαιωθείτε πως όλοι οι εθελοντές έχουν κατανοήσει την κατεύθυνση που έλαβαν, τους ζητάτε στην σειρά, να αναλάβουν τον ρόλο του ερμηνευτή. Ο εκπαιδευτής εξηγεί πως κάθε εθελοντής θα έχει 2 λεπτά για να παρουσιάσει ένα συγκεκριμένο αντικείμενο, της επιλογής του, από το περιβάλλον, ακολουθώντας την οδηγία που έλαβε από την κάρτα του. Οι υπόλοιποι εκπαιδευόμενοι (και αυτοί που δεν έχουν αναλάβει κάποιον ρόλο προς στιγμήν) είναι οι υποτιθέμενοι επισκέπτες και ενεργούν ανάλογα.

**Βήμα 3. Συζήτηση**

Μόλις όλοι οι εθελοντές παρουσιάσουν τον ρόλο τους, συζητήστε πώς αισθάνθηκαν οι υποτιθέμενοι επισκέπτες, ποιά από τις μεθόδους τούς έπεισε περισσότερο και γιατί. Καθώς συντονίζει την συζήτηση, ο εκπαιδευτής ενθαρρύνει τους εκπαιδευόμενους να αποκαλύψουν αυτά που πιστεύουν οι ίδιοι πως θα πρέπει να κάνει και να μην κάνει ο ερμηνευτής.

## Τοποθεσία

Η δραστηριότητα μπορεί να συντελεστεί σε ένα μουσείο, σε υπαίθριο χώρο, σε ένα τμήμα της περιήγησης ανακαλύψεων, ή σε κάποια τοποθεσία που να προσφέρει ενδιαφέροντα αντικείμενα.

## Απαιτούμενα υλικά

8 κάρτες η κάθε μία με μία κατεύθυνση

## Διάρκεια

40 έως 60 λεπτά

## ΜΑΘΗΜΑ 3: Η ερμηνεία και οι πρεσβευτές της κληρονομιάς

### 3.1: Χρήση τεχνικών ερμηνείας της κληρονομιάς

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Οι κοινές μας αξίες, η τοπική μας κληρονομιά

Είδος: Ομαδική εργασία, συζήτηση

### Ορολογία / θέμα

Ερμηνεία της κληρονομιάς, κοινές αξίες, αρχές της ερμηνείας της κληρονομιάς, ερμηνευτικό σχέδιο, ερμηνευτικοί περίπατοι

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Οι εκπαιδευόμενοι θα βελτιώσουν την ικανότητά τους να παρουσιάζουν την κληρονομιά σε διάφορα ακροατήρια χρησιμοποιώντας τις αρχές τις ερμηνείας.

Θα μπορούν να συνδέουν καλύτερα την κληρονομιά με τις αξίες και τις προσωπικές εμπειρίες των επισκεπτών.

### Περιγραφή

Οι εκπαιδευόμενοι θα γνωρίσουν στην πράξη τον ρόλο του ερμηνευτή και του επισκέπτη. Στο τέλος, ο εκπαιδευτής θα συντονίσει μία συζήτηση πάνω σε αυτό το θέμα.

#### **Βήμα 1. Ο κατάλογος των αξιών**

Ο εκπαιδευτής αναφέρεται με λίγα απλά λόγια στην προέλευση του καταλόγου αυτού.

Ο εκπαιδευτής μπορεί να διαβάσει την επισυναπτόμενη αναφορά στην Θεωρία των Βασικών Ανθρώπινων Αξιών (ο οποίος διαμορφώθηκε από τον κοινωνικό ψυχολόγο Shalom H. Schwartz και την ομάδα του το 2012): 19 αυτόνομες ανθρώπινες αξίες οι οποίες είναι «καθοδηγητικές αρχές στην ζωή ενός προσώπου ή μιας ομάδας» (ο κατάλογος που επισυνάπτεται παρακάτω είναι λεπτομερής και ο εκπαιδευτής δεν θα έπρεπε να επεκταθεί πολύ στο θεωρητικό μέρος. Αυτός ο κατάλογος θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί ως αφορμή για καταιγισμό ιδεών).

#### **Βήμα 2. Οι κοινές αξίες της κοινότητάς μου**

Στην συνέχεια, οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες των τεσσάρων, είτε σε φυσικούς χώρους, είτε σε εικονικούς αν η συνάντηση είναι διαδικτυακή. Εκεί, κάθε ομάδα επιλέγει 3 αξίες από τον κατάλογο οι οποίες κατά την γνώμη τους, εκπροσωπεί καλύτερα τους κατοίκους της πόλης (20 λεπτά).

Τελικά, οι ομάδες αναζητούν ποιο μέρος της δικής τους τοπικής κληρονομιάς θα μπορούσε να συνδεθεί καλύτερα με τις αξίες που επέλεξαν, και με ποιόν τρόπο.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Οι κοινές μας αξίες, η τοπική μας κληρονομιά

Είδος: Ομαδική εργασία, συζήτηση

Ως τοπική κληρονομιά οι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν οποιοδήποτε στοιχείο υλικής ή άυλης κληρονομιάς (30 λεπτά).

**Βήμα 3. Υποβοηθούμενη συζήτηση**

Στο επόμενο βήμα της δραστηριότητας, οι εκπαιδευόμενοι συγκεντρώνονται όλοι μαζί, για να παρουσιάσουν τις εργασίες των ομάδων τους και να ανταλλάξουν τις ιδέες τους με τις άλλες ομάδες. Πάνω σε έναν ψηφιακό χάρτη της περιοχής, κάθε ομάδα παρουσιάζει τα στοιχεία της κληρονομιάς που προτείνει, μαζί με τις αξίες με τις οποίες την συνέδεσαν.

Στο τελευταίο μέρος αυτής της δραστηριότητας, οι εκπαιδευόμενοι συζητούν τις ιδέες τους από κοινού:

- Θα μπορούσαν όλα ή τα περισσότερα από τα προτεινόμενα στοιχεία της κληρονομιάς να αποτελέσουν μέρος μίας περιήγησης;
- Εάν ναι, ποιόν τίτλο θα μπορούσε να έχει;
- Εάν όχι, θα μπορούσε να γίνει ομαδοποίηση των προτεινόμενων στοιχείων ώστε να διαμορφωθούν δύο ή τρεις διαφορετικές περιηγήσεις; Ποιοι θα μπορούσαν να είναι οι κατάλληλοι τίτλοι τους;
- Θα μπορούσαν οι τίτλοι να διατυπώνονται με τρόπο ελκυστικό προκαλώντας το ενδιαφέρον των επισκεπτών και υπονοώντας ταυτόχρονα τις αξίες που βρίσκονται πίσω τους;

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων

**Απαιτούμενα υλικά**

Αντίγραφα του Καταλόγου των Κοινών Αξιών για κάθε συμμετέχοντα, διαδικτυακοί χάρτες της περιοχής στην οποία γίνεται η εκπαίδευση.

**Διάρκεια**

2 ώρες

<p>Μάθημα 3 Κεφάλαιο 3.2</p>	<p><b>Η ερμηνεία και οι πρεσβευτές της κληρονομιάς</b> <b>Ξενάγηση και συνοδεία μιας νέας περιήγησης ανακάλυψης</b></p>		
<p>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</p>	<p>Ξεναγοί και συνοδοί περιηγήσεων Πρεσβευτές</p>		
<p>Στόχοι</p>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο, θα μάθουμε για την συμπεριφορά και τα στοιχεία που θα σας βοηθήσουν να εμπλουτίσετε την εμπειρία των επισκεπτών κατά την διάρκεια της περιήγησης και να εγείρετε το ενδιαφέρον τους για τις πολιτιστικές αξίες του λιμανιού.</p>		
<p>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</p>	<p>Γνώσεις</p> <p>Γνωρίζει τα βασικά στοιχεία της τοπικής κουλτούρας και ιστορίας.</p> <p>Γνωρίζει πώς να συνδέσει την τοπική ιστορία και κουλτούρα με τις αντίστοιχες εθνικές.</p> <p>Γνωρίζει πώς να συνδέσει την τοπική ιστορία και κουλτούρα με τις αντίστοιχες Ευρωπαϊκές.</p> <p>Γνωρίζει διάφορα πολιτιστικά υπόβαθρα που οδηγούν σε διαφορετικές αντιλήψεις.</p>	<p>Δεξιότητες</p> <p>Ικανότητα να ρωτά τους ανθρώπους για τις απόψεις τους.</p> <p>Ικανότητα να αναγνωρίζει και να αναλύει παρανοήσεις σε θέματα ορολογίας που αφορούν κάποια συγκεκριμένη πολιτισμική ομάδα.</p> <p>Ικανότητα να προσαρμόζει την περιήγηση σε πιθανές αλλαγές.</p> <p>Ικανότητα να αποφεύγει δυσάρεστες τοποθεσίες του λιμανιού.</p> <p>Ικανότητα να ρυθμίζει τον χρόνο.</p> <p>Ικανότητα να συζητά γύρω από διαφορετικές απόψεις.</p> <p>Ικανότητα να αυτοαξιολογεί την ξενάγηση και να την βελτιώνει.</p>	<p>Υπευθυνότητα και αυτονομία</p> <p>Να ενδιαφέρεται για διαφορετικές απόψεις και οπτικές, να είναι πρόθυμος να μάθει περισσότερα για αυτές.</p> <p>Να είναι περίεργος και πρόθυμος να μάθει περισσότερα για μία πολυδιάστατη οπτική.</p> <p>Να βρίσκει ενδιαφέρον να παρουσιάζει μία πολυδιάστατη οπτική για τους θησαυρούς της τοπικής παράδοσης.</p>
<p>Διάρκεια (εκτίμηση)</p>	<p>3 έως 5 ώρες</p>		



Εστίαση του περιεχομένου	Ξενάγηση-συνοδεία, ερμηνεία κληρονομιάς, αφήγηση ιστοριών, Ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά
Εισαγωγικό κείμενο	Σε αυτό το Κεφάλαιο, θα εξετάσουμε διάφορα χαρακτηριστικά για να βελτιώσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή και ξεναγούνται στην περιήγηση ανακάλυψης. Αυτά είναι χαρακτηριστικά τα οποία ενδεχομένως να προωθήσουν τις καλές σχέσεις με την τοπική κοινωνία και να ενθαρρύνουν τις μελλοντικές επισκέψεις και τους νέους επισκέπτες.
Λίγη θεωρία	<p><b>Ποιον σκοπό πρέπει να έχετε όταν συνοδεύετε επισκέπτες στο λιμάνι;</b> Μία επιτυχημένη περιήγηση ανακάλυψης θα πρέπει να δίνει οφέλη:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Στους επισκέπτες οι οποίοι απολαμβάνουν μία αυθεντική, αξιομνημόνευτη εμπειρία.</li><li>• Στην τοπική κοινωνία η οποία βελτιώνει την εικόνα και την φήμη της, καθώς και αποκομίζει πιθανά πρόσθετα εισοδήματα.</li><li>• Στην τοπική κληρονομιά η οποία θα γίνει περισσότερο κατανοητή, γνωστή και επομένως σεβαστή.</li><li>• Στους ξεναγούς, συνοδούς και τους πρεσβευτές του HHST οι οποίοι θα αποκομίσουν προσωπική και επαγγελματική ικανοποίηση και θα ωφεληθούν από τις πολιτιστικές ανταλλαγές.</li></ul> <p><b>Παροχή ποιοτικών τουριστικών εμπειριών: ο ρόλος του ξεναγού και/ή του συνοδού</b></p> <p>Η παροχή ποιοτικών εμπειριών στους επισκέπτες σημαίνει θετικές συναισθηματικές εμπειρίες σχετικές με ανακαλύψεις (ευχάριστες εκπλήξεις!), την ικανοποίηση (αισθάνομαι καλά από αυτά που βλέπω, τρώω, αγοράζω, κλπ.), το αίσθημα ασφάλειας (ασφαλής τοποθεσία και ασφαλείς δραστηριότητες), και της εμπιστοσύνης (κόστος ανάλογο των παροχών).</p> <p>Αυτά τα συναισθήματα συνδέονται με τις τοποθεσίες και τους ανθρώπους που συναντούν, την φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, τα φεστιβάλ και τις εκδηλώσεις, ή ακόμα και τα εστιατόρια και τις αγορές. Είναι δε πάντα, πολύ υποκειμενικά.</p> <p>Το HHST προτείνει εμπειρίες στο πεδίο και ανακαλύψεις ορισμένων άγνωστων, ή όχι τόσο γνωστών, πολιτιστικών χαρακτηριστικών της πόλης. Θα πρέπει, ως τέτοιο, να συνεισφέρει στην ελκυστικότητα της προτεινόμενης τουριστικής εμπειρίας. Ωστόσο, αυτό σημαίνει πως οι ξεναγοί και οι συνοδοί διαθέτουν επαρκή εμπειρία και είναι αρκετά ανοιχτόμυαλοι, ώστε να προσαρμόζουν τον διάλογο και τις προτεινόμενες δραστηριότητες στις διάφορες ομάδες επισκεπτών με διαφορετικές ηλικίες, πολιτιστικό υπόβαθρο, γνώσεις, προσδοκίες, κλπ.</p> <p>Θα πρέπει να φροντίζουν και να προκαθορίζουν διάφορα επιπρόσθετα στοιχεία ώστε να εξασφαλίζουν την ποιότητα της περιήγησης ανακάλυψης και το ενδιαφέρον για μελλοντικές επισκέψεις, όπως για παράδειγμα:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Διαχείριση του χρόνου:</b> Η διαχείριση του χρόνου θα συνεισφέρει στην καλή ισορροπία της περιήγησης, αποτρέποντας την παρατεταμένη παραμονή σε κάποια τοποθεσία με αποτέλεσμα να υπάρχει βιασύνη</li></ul>



αργότερα. Είναι σημαντικό να έχουμε καταγράψει εκ των προτέρων τους χρόνους που θα δαπανηθούν σε κάθε στάση και ενδιάμεσα, ώστε να παραμένουμε εστιασμένοι στο χρονοδιάγραμμα, και να προβλέπουμε τους πρόσθετους χρόνους που θα μας εξασφαλίζουν ευελιξία (απρόβλεπτο ενδιαφέρον της ομάδας σε ένα συγκεκριμένο σημείο, ανάγκη για περισσότερη ξεκούραση, κλπ.).

- **Βαθμιαία ανάπτυξη του θέματος:** Μην παρουσιάσετε το σύνολο της ιστορίας από την αρχή, αλλά χρησιμοποιήστε κάθε στάση για να αποκαλύψετε κάποια πτυχή της κρυμμένης κληρονομιάς ή της ιστορίας που θέλετε να αφηγηθείτε. Η διαχείριση του χρόνου επίσης περιλαμβάνει καλό ρυθμό και σύντομα βήματα. Προσέξτε να μην κάνετε κήρυγμα ή διδασκαλία.
- **Προσαρμοστικότητα, ευελιξία:** Δεν είναι το ίδιο να συνοδεύουμε οικογένειες με μικρά παιδιά, ηλικιωμένους ή νεαρά ζευγάρια, καθώς όλοι θα έχουν διαφορετικούς ρυθμούς, και διαφορετικές ανάγκες (περισσότερες ή λιγότερες στάσεις, χρόνο χαλάρωσης, ξαφνική πείνα ή δίψα, κλπ.). Άλλα συμβάντα όπως απρόβλεπτος καιρός, μία απεργία των μέσων συγκοινωνίας, μία διαδήλωση, κλπ. μπορεί επίσης να απαιτήσουν τροποποιήσεις στην περιήγηση. Δεν γίνεται να σχεδιαστούν τα πάντα εκ των προτέρων και αυτό πρέπει να συνυπολογίζεται στο χρονοδιάγραμμα.
- **Συμπεριλάβετε τους επισκέπτες**
  - προτού προσεγγίσετε την στάση. Χωρίς να αποκαλύψετε την τοποθεσία ή τα πρόσωπα που θα επισκεφθείτε, μπορείτε να προκαλέσετε το ενδιαφέρον και την περιέργεια και να παρέχετε λίγες πληροφορίες για την σημασία της συγκεκριμένης στάσης για την περιήγηση.
  - Βεβαιωθείτε πως η ιστορία που λέτε είναι προσαρμοσμένη στους επισκέπτες σας, προσπαθήστε να κάνετε το ανοίκειο, οικείο. Συμπεριλάβετε τους επισκέπτες μέσα από ερωτήσεις, με στιγμές για αναμνηστικές φωτογραφίες, ή με διαδράσεις.
  - Στο τέλος της περιήγησης, κάνοντας μία συζήτηση για την συνολική εμπειρία θα σας βοηθήσει να αξιολογήσετε την επιτυχία της επίσκεψης και ίσως αναθεωρήσετε κάποιες πτυχές της.
- **Φιλοξενία:** Η ανθρώπινη επαφή είναι κρίσιμη όταν μιλάμε για τον τουρισμό, να είστε διαθέσιμοι να μοιραστείτε, πρόθυμοι να συναντήσετε νέους ανθρώπους, να ανταποκριθείτε στις ανάγκες και προσδοκίες των επισκεπτών, και... να είστε υπομονετικοί!
- **Διαμεσολάβηση:** Ο ξεναγός/συνοδός έχει και τον ρόλο του διαμεσολαβητή μεταξύ των επισκεπτών και των πρεσβευτών (μεταφράζει όταν χρειάζεται, συμπληρώνει τα πολιτισμικά κενά, παρέχει πρόσθετες πληροφορίες, κλπ.). Γνωρίζοντας τα προφίλ των πρεσβευτών και των επισκεπτών εξίσου καλά, μπορεί να οικοδομήσει μία γέφυρα για συζήτηση, να ρωτά πρόσθετες ερωτήσεις που μπορεί να κατευθύνουν την συζήτηση σε κάποιες συγκεκριμένες ενδιαφέρουσες για τους επισκέπτες πτυχές. Επιπρόσθετα, γνωρίζοντας



εξίσου την κουλτούρα των κατοίκων και των επισκεπτών, ο ξεναγός/συνοδός θα μπορεί να καταδείξει τα διάφορα ήθη και έθιμα τις τελετουργίες, κλπ.

- **Ασφάλεια:** Ειδικά στις μεγάλες πόλεις-λιμάνια, οι ξεναγοί και οι οδηγοί πρέπει να εξασφαλίζουν την ασφάλεια των επισκεπτών (αποφεύγοντας τους περιπάτους σε δρόμους με αυξημένη κίνηση, τηρώντας τους κανόνες στις διαβάσεις, ενημερώνοντας για τυχόν κινδύνους μικροκλοπών, κλπ.).

Η ποιότητα της περιήγησης θα εξαρτηθεί επίσης από ορισμένα οργανωτικά χαρακτηριστικά όπως:

- **Αριθμός συμμετεχόντων.** Οι μικρές ομάδες είναι πιο εύκολα διαχειρίσιμες. Μέσα σε μία πόλη, θα είναι δύσκολο να διατηρείτε το ενδιαφέρον, να επισκεφθείτε μικρά μαγαζιά, να ανταποκριθείτε σε μεμονωμένα αιτήματα, ή να εξασφαλίσετε ασφάλεια για μία ομάδα περισσότερων από 12 ατόμων.

- **Προσαρμόστε την ποικιλία** των προτεινόμενων δραστηριοτήτων, σύμφωνα με το κοινό: βασιζόμενοι στην προκαθορισμένη περιήγηση, μπορείτε να προσαρμόσετε τις εμπειρίες της κληρονομιάς που θα προτείνετε, συνδυάζοντας διαφορετικούς τύπους πολιτιστικών εκφράσεων (χορός, μουσική, παραδοσιακές ή σύγχρονες δεξιότητες, γαστρονομία, κλπ.), απευθυνόμενοι σε διαφορετικές πλευρές της ανθρώπινης φύσης (αισθήσεις, συναισθήματα, γνώσεις).

- **Προβλέψτε για την πιθανότητα να γευματίσετε ή να ψωνίσετε τοπικά:** Οργανώστε ορισμένες στάσεις στις οποίες οι επισκέπτες μπορούν να γευματίσουν με τοπικό φαγητό και τοπικά προϊόντα, και ενημερώστε τους τουρίστες για καταστήματα όπου μπορούν να αναζητήσουν αναμνηστικά που κατασκευάζονται τοπικά.

- **Θετική διαχείριση των βασικών ανθρώπων:**

- Επικοινωνήστε απευθείας με τους τοπικούς πρεσβευτές του HHST και προετοιμάστε τους πριν από τις επισκέψεις: Εξηγήστε τους την φιλοσοφία, το πνεύμα της τουριστικής μας προσέγγισης και γιατί θα δεχθούν επισκέψεις από κάποιες ομάδες. Καταδείξτε αυτά που θα φανούν ενδιαφέροντα στους επισκέπτες. Μιλήστε ανοιχτά για τις πολιτισμικές διαφορές και/ή ευαίσθητα θέματα.

- Ενημερώστε τους εκ των προτέρων για την ημερομηνία και τον απαιτούμενο χρόνο. Αναφέρετε τον αριθμό των επισκεπτών τις εθνικότητές τους, κλπ.

- Εάν πρόκειται για μία στάση μεγάλης διάρκειας, ο ξεναγός/συνοδός θα πρέπει να διευθετήσει τα πρακτικά θέματα μαζί με τους πρεσβευτές (καθίσματα για τους ηλικιωμένους, νερό εάν κάνει ζέστη, κλπ.)

Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες

- Δραστηριότητα 1 - Οι διάφοροι επισκέπτες μας
- Δραστηριότητα 2 - Χαρούμενη περιήγηση!
- Δραστηριότητα 3 - 10 τρόποι για να ενεργείτε βιώσιμα: Εμπλέκοντας τους επισκέπτες σας σε βιώσιμες συμπεριφορές



Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fáilte Ireland, Κοινοποιώντας τις ιστορίες μας - Χρησιμοποιώντας την ερμηνεία για την βελτίωση της εμπειρίας των τουριστών στις τοποθεσίες κληρονομιάς - (Sharing our Stories - Using interpretation to improve the visitors' experience at heritage sites)</li><li>• El-Menshawy Sherine (2016) Αποτελεσματική αναφορά για την ξενάγηση (Ερμηνεία θεμάτων) - (Effective Rapport in Tourist Guiding (Interpretation of Themes), Journal of Socialomics) <a href="https://www.longdom.org/open-access/effective-rapport-in-tourist-guiding-interpretation-of-themes-2471-8726-1000172.pdf">https://www.longdom.org/open-access/effective-rapport-in-tourist-guiding-interpretation-of-themes-2471-8726-1000172.pdf</a></li></ul>
Βασικοί πόροι	<ul style="list-style-type: none"><li>• Έργο DELPHI <a href="https://medcenv.org/wp/delphi/">https://medcenv.org/wp/delphi/</a></li><li>• Ανοίγοντας τον δρόμο - Δημιουργώντας καλύτερες, πιο βιώσιμες τουριστικές εκδρομές - (Leading the Way - Creating better, more sustainable tourist excursions) <a href="http://www.thetravelfoundation.org.uk">www.thetravelfoundation.org.uk</a></li><li>• Εργαλειοθήκη της UNESCO για τον βιώσιμο τουρισμό στην παγκόσμια κληρονομιά (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit) <a href="http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf">http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf</a></li></ul>



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1 : Οι διάφοροι επισκέπτες μας

Είδος: Παιχνίδι ρόλων, ομαδική εργασία

### Ορολογία / θέμα

Ερμηνεία της κληρονομιάς, ερμηνευτικός σχεδιασμός, ερμηνευτικές περιηγήσεις, ανάγκες επισκεπτών, ομάδες απεύθυνσης, προσαρμοστικότητα

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Κατά την διάρκεια αυτής της δραστηριότητας οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν:

- Να αναγνωρίζουν καλύτερα τις ανάγκες και προσδοκίες των ομάδων απεύθυνσής τους.
- Να προσαρμόζουν καλύτερα την ξενάγηση στο κοινό τους.
- Να βελτιώνουν τις ερμηνευτικές περιηγήσεις τους.

### Περιγραφή

Μέσω αυτής της δραστηριότητας, οι εκπαιδευόμενοι αποκτούν εμπειρία των δυσκολιών της εργασίας με διάφορα συγκεκριμένα κοινά απεύθυνσης, και επεξεργάζονται πιθανές βελτιώσεις ώστε να κάνουν την περιήγηση ανακαλύψεων περισσότερο ελκυστική στα διάφορα είδη επισκεπτών.

Αυτή η δραστηριότητα θα μπορούσε να αποτελεί την συνέχεια της 2<sup>ης</sup> δραστηριότητας του Κεφαλαίου 1 του παρόντος Μαθήματος.

#### **Βήμα 1. Το προφίλ του επισκέπτη (15 λεπτά)**

Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες των τεσσάρων και σε κάθε ομάδα ανατίθεται ένα συγκεκριμένο προφίλ επισκέπτη. Αυτά τα προφίλ θα πρέπει να είναι όσο πιο ρεαλιστικά γίνεται, με βάση τους επισκέπτες που πραγματικά επισκέπτονται την περιοχή. Τα προφίλ θα πρέπει να περιλαμβάνουν κοινωνικά χαρακτηριστικά, πολιτιστικά χαρακτηριστικά και προέλευσης, καθώς και να λαμβάνεται υπόψη η διάρκεια της επίσκεψης.

Για παράδειγμα, μία ομάδα θα μπορούσε να αναπαριστά:

- Μία οικογένεια με τέσσερα μέλη, από μία κοντινή περιοχή, που σκοπεύει να μείνει για λίγες ώρες, ή,
- Μία ομάδα συνταξιούχων, από την Βόρεια Ευρώπη, που θα παραμείνει για μία εβδομάδα, κλπ.

#### **Βήμα 2. Βιώνοντας την περιήγηση (1 ώρα)**

Κάθε ομάδα ακολουθεί τουλάχιστον μία από τις επιλεγμένες περιοχές (υφιστάμενες ή προτεινόμενες από τους εκπαιδευόμενους), και επεξεργάζεται τις ανάγκες και τις προσδοκίες των συγκεκριμένων επισκεπτών που υποδύεται.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Οι διάφοροι επισκέπτες μας

Είδος: Παιχνίδι ρόλων, ομαδική εργασία

### Περιγραφή

#### Βήμα 3. Αναπτύσσοντας τις κατευθύνσεις (30 λεπτά)

Με το τέλος της περιήγησης, η ομάδα καλείται να σκεφτεί συγκεκριμένες κατευθύνσεις προκειμένου να κάνει την περιήγηση πιο ελκυστική για αυτό το είδος επισκεπτών.

#### Βήμα 4. Υποβοηθούμενη συζήτηση (15 λεπτά)

Οι συμμετέχοντες συγκεντρώνονται όλοι μαζί και οι ομάδες μοιράζονται τα ευρήματα και τις προτάσεις τους σε μία συζήτηση υποβοηθούμενη από τον εκπαιδευτή.

Οι βασικές προτάσεις μπορούν να αναγραφούν σε έναν χαρτοπίνακα, ανά συγκεκριμένη ομάδα απεύθυνσης.

Αυτή η δραστηριότητα βασίζεται στην περιήγηση ανακαλύψεων την οποία οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν σχεδιάσει και αναπτύξει μόνοι τους. Μπορεί επίσης να βασιστεί σε μία υφιστάμενη ή υπό σχεδίαση περιήγηση ανακαλύψεων στο λιμάνι.

### Τοποθεσία

Σε εξωτερικούς χώρους για την περιήγηση ανακαλύψεων.  
Σε αίθουσα συνεδριάσεων για την ανατροφοδότηση.

### Απαιτούμενα υλικά

Σημειωματάρια και μολύβια για όλους τους συμμετέχοντες, χαρτοπίνακα.

### Διάρκεια

2 ώρες

### Πόροι

Έργο DELPHI <https://medcenv.org/wp/delphi/>

Ανοίγοντας τον δρόμο, δημιουργώντας καλύτερα. Περισσότερο βιώσιμες τουριστικές εξορμήσεις (Leading the Way Creating better, more sustainable tourist excursions)  
[www.thetravelfoundation.org.uk](http://www.thetravelfoundation.org.uk)

Εργαλειοθήκη της UNESCO για τον βιώσιμο τουρισμό στην παγκόσμια κληρονομιά (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit)  
<http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf>

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Καλή περιήγηση!

Είδος: Μελέτη περίπτωσης, καταιγισμός ιδεών

### Ορολογία / θέμα

Τουριστική εμπειρία, κοινοτική εμπειρία, ταυτότητα περιοχής, αμοιβαία κατανόηση.

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Αυτή η δραστηριότητα θα πρέπει να βοηθήσει τον εκπαιδευόμενο:

- Να ρωτά τις απόψεις των ανθρώπων.
- Να εντοπίζει και να αναλύει παρανοήσεις ορολογίας που σχετίζονται με μία συγκεκριμένη πολιτιστική ομάδα.
- Να προσαρμόζει την περιήγηση σε πιθανές μεταβολές.
- Να συζητά για διαφορετικές απόψεις και οπτικές.
- Να αυτοαξιολογεί την ξενάγηση και να την βελτιώνει.
- Να έχει το ενδιαφέρον και την προθυμία να μάθει περισσότερα για μία πολυδιάστατη θέαση.
- Να θεωρεί σημαντικό να παρουσιάζει μία πολυδιάστατη θέαση των θησαυρών της τοπικής κληρονομιάς.

### Περιγραφή

Αυτή η δραστηριότητα θα πρέπει να συνεισφέρει στην βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας στην πόλη σας και να βοηθήσει τους ξεναγούς και τους συνοδούς να διατηρούν την αναγκαία ισορροπία μεταξύ των οφελημάτων προς τους τουρίστες και τους κατοίκους.

#### Βήμα 1. Η μελέτη περίπτωσης

Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει μια πραγματική εμπειρία, ή μια μελέτη περίπτωσης στην οποία οι επισκέπτες ήρθαν σε άμεση επαφή με την τοπική κοινωνία.

Για παράδειγμα: *Επιστρέφοντας από μία ξενάγηση στην πόλη, ένας ξεναγός αναφέρεται στο πρόβλημα που αντιμετώπισε και ζητά συμβουλές: «Αντιμετώπισα ξανά σήμερα το πρόβλημα με τον ψαρά που ενοχλείται από τους επισκέπτες που βγάζουν φωτογραφίες όταν αυτός εργάζεται στο λιμάνι.»*

Η μελέτη περίπτωσης μπορεί επίσης να προέλθει από μία ανάλογη εμπειρία ενός από τους συμμετέχοντες, και θα μπορούσαν να προταθούν πολλές τέτοιες περιπτώσεις.

#### Βήμα 2. Οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν

Στην συνέχεια σε αρκετές ομάδες των τριών, οι εκπαιδευόμενοι συζητούν και καταγράφουν πιθανές ενέργειες του ξεναγού/συνοδού για να αποτρέψει μία τέτοια άβολη κατάσταση. Θα πρέπει να συζητηθούν τρία διαφορετικά στοιχεία:

- Τι μπορεί να γίνει για να είναι καλύτερα προετοιμασμένη η τοπική κοινότητα;
- Τι μπορεί να γίνει για να είναι καλύτερα προετοιμασμένοι οι επισκέπτες;
- Τι θα πρέπει να βελτιωθεί στον σχεδιασμό της περιήγησης;

Προσπαθήστε να προτείνετε αμοιβαία επωφελείς λύσεις που θα ικανοποιούν επισκέπτες και ντόπιους.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Καλή περιήγηση!

Είδος: Μελέτη περίπτωσης, καταγισμός ιδεών

### Περιγραφή

#### Βήμα 3. Το μοίρασμα των ευρημάτων

Ο κατάλογος προτάσεων και συμβουλών παρουσιάζεται σε όλες τις ομάδες και ξεκινά μία συζήτηση η οποία θα καταλήξει με έναν τελικό ενιαίο κατάλογο των καλύτερων λύσεων που θα εξασφαλίζουν:

- Μία ευχάριστη εμπειρία για τους επισκέπτες.
- Οφέλη για την τοπική κοινωνία, τα οποία θα ενθαρρύνουν μία θετική προσέγγιση απέναντι στους τουρίστες.

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας και μαρκαδόροι, χαρτιά και μολύβια

### Διάρκεια

1-2 ώρες

### Πηγές

Προσαρμοσμένο από το *Ανοίγοντας τον δρόμο, δημιουργώντας καλύτερα. Περισσότερο βιώσιμες τουριστικές εξορμήσεις (Leading the Way Creating better, more sustainable tourist excursions)*

### Πόροι

Έργο DELPHI <https://medcenv.org/wp/delphi/>  
Ανοίγοντας τον δρόμο, δημιουργώντας καλύτερα. Περισσότερο βιώσιμες τουριστικές εξορμήσεις (Leading the Way Creating better, more sustainable tourist excursions)  
[www.thetravelfoundation.org.uk](http://www.thetravelfoundation.org.uk)

Εργαλειοθήκη της UNESCO για τον βιώσιμο τουρισμό στην παγκόσμια κληρονομιά (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit)  
<http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf>

ΜΑΘΗΜΑ 3: Η ερμηνεία και οι πρεσβευτές της κληρονομιάς  
 3.2: Ξενάγηση και συνοδεία μιας νέας περιήγησης ανακαλύψεων  
**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: 10 τρόποι για να ενεργείτε βιώσιμα:**  
 Εμπλέκοντας τους επισκέπτες σας σε βιώσιμες συμπεριφορές

Είδος: Μελέτη περίπτωσης

### Ορολογία / θέμα

Βιώσιμος τουρισμός, πολίτες με οικολογική συνείδηση

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της δραστηριότητας, ο εκπαιδευόμενος θα είναι σε θέση:

- Να παρακολουθεί, αξιολογεί και να βελτιώνει το τουριστικό προϊόν (περιήγηση).
- Να κοινοποιεί και να προωθεί την βιωσιμότητα.

### Περιγραφή

Ο επίσημος οργανισμός τουρισμού της Κοπεγχάγης προτείνει στους επισκέπτες «10 τρόπους για να ενεργούν με βιώσιμο τρόπο».

Οι τουρίστες μπορούν να βρουν στον ιστότοπο τουριστικής προώθησης της πόλης «10 συγκεκριμένους τρόπους για να συμπεριφέρονται με βιώσιμο τρόπο κατά την παραμονή τους, βοηθώντας την Κοπεγχάγη να διατηρεί την φιλικότητα προς το περιβάλλον» οι οποίοι αναπτύχθηκαν σε συνεργασία με την Πόλη της Κοπεγχάγης.

#### **Βήμα 1- Διαβάστε προσεκτικά τους προτεινόμενους τρόπους για την βιώσιμη συμπεριφορά**

<https://www.visitcopenhagen.com/copenhagen/activities/10-ways-act-sustainably>

1. Ανακαλύψτε την πόλη με ποδήλατο (η Κοπεγχάγη διαθέτει 375 χλμ. ποδηλατόδρομων).
2. Χρησιμοποιήστε τα δημόσια μέσα μεταφοράς.
3. Ξαναγεμίζετε το δοχείο νερού (Η Κοπεγχάγη διαθέτει δημόσιες βρύσες πόσιμου νερού).
4. Μην χρησιμοποιείτε πλαστικές σακούλες και πλαστικά μιας χρήσης.
5. Επιστρέψτε και κερδίστε (άδεια τενεκεδάκια και φιάλες μπορούν να ανακυκλωθούν σε ειδικές συσκευές εισπράττοντας αντίτιμο).
6. Απορρίψτε σωστά τα σκουπίδια σας, μην τα πετάτε οπουδήποτε (υπάρχουν επίσης κάδοι διαλογής απορριμμάτων και ανακυκλώσιμων υλικών).
7. Αγοράστε με κριτήρια βιωσιμότητας σε πολλά καταστήματα που πωλούν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα.
8. Βουτήξτε, αλλά μην κάνετε σκουπίδια (μπορείτε να κολυπήσετε σε κεντρικά λουτρά του λιμανιού της Κοπεγχάγης, αλλά με την προϋπόθεση πως όλοι φροντίζουμε για την καθαριότητά τους).
9. Καταναλώστε τρόφιμα τοπικά και εποχικά.
10. Ανακαλύψτε περισσότερα (η Κοπεγχάγη προτείνει επισκέψεις σε λιγότερο γνωστές γειτονιές μέσα και γύρω από την πόλη).



Είδος: Μελέτη περίπτωσης

## Περιγραφή

### **Βήμα 2 – Προσδιορίστε τους δικούς σας 10 τρόπους για να ενεργείτε φιλικά προς το περιβάλλον**

Οι εκπαιδευόμενοι καλούνται στην συνέχεια να συντάξουν έναν κατάλογο με 10 προτάσεις προς τους επισκέπτες της πόλης ή της γειτονιάς τους. Κάθε πρόταση πρέπει να αποφασίζεται σύμφωνα με την δυναμική της πόλης (μεταφορές, διαχείριση απορριμμάτων, προϊόντα και υπηρεσίες, κλπ.) και να συνδέεται με συγκεκριμένα τοπικά παραδείγματα.

Αυτή η δραστηριότητα δίνει την ευκαιρία να προσδιοστούν οι αναγκαίες βελτιώσεις σε σχέση με την βιωσιμότητα.

## Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων ή διαδικτυακή συνάντηση

## Απαιτούμενα υλικά

Πρόσβαση στο διαδίκτυο, χαρτί και μαρκαδόρος

## Διάρκεια

1 ώρα

## Πηγές

<https://www.visitcopenhagen.com/copenhagen/activities/10-ways-act-sustainably>

## Πόροι

Έργο DELPHI <https://medcenv.org/wp/delphi/>  
 Ανοίγοντας τον δρόμο, δημιουργώντας καλύτερα. Περισσότερο βιώσιμες τουριστικές εξορμήσεις (Leading the Way Creating better, more sustainable tourist excursions)  
[www.thetravelfoundation.org.uk](http://www.thetravelfoundation.org.uk)

Εργαλειοθήκη της UNESCO για τον βιώσιμο τουρισμό στην παγκόσμια κληρονομιά (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit)  
<http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf>

<b>Μάθημα 3</b> <b>Κεφάλαιο 3.3</b>	<b><i>Καθοδηγώντας μία ομάδα Πρεσβευτών</i></b>
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	Ξεναγοί και συνοδοί περιηγήσεων
<b>Στόχοι</b>	<p>Κατά την διάρκεια αυτού του Κεφαλαίου, οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν πώς ένας ξεναγός στην περιοχή και τον πολιτισμό της, ή ένας πρεσβευτής, μπορεί να αναλάβει τον ρόλο του μέντορα για την προώθηση μιας πόλης-λιμάνι. Συγκεκριμένα, ένας ξεναγός στην περιοχή και τον πολιτισμό της, ή ένας πρεσβευτής στον ρόλο του μέντορα μπορεί να ευαισθητοποιήσει τους εκπροσώπους διαφόρων φορέων της τοπικής κοινωνίας, να τους ενθαρρύνει, αλλά και να τους καθοδηγήσει σχετικά με τους τρόπους εντοπισμού, διατήρησης, προστασίας, και διάδοσης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Με μία τέτοια καθοδήγηση οι φορείς θα είναι σε θέση να αξιοποιήσουν ενεργά την κληρονομιά προς όφελος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας (τοποθέτηση, branding και μάρκετινγκ) καθώς και να ενισχύσουν την ταυτότητα της περιοχής, αλλά και την υπερηφάνεια των κατοίκων.</p>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	3 έως 5 ώρες
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	<i>Ξεναγηση-συνοδεία, ερμηνεία της κληρονομιάς, πρεσβευτές, αφήγηση ιστοριών, Ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά, συμβουλευτική (mentoring)</i>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Σε αυτό το Κεφάλαιο, οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν πώς ένας μέντορας πρεσβευτών μιας πόλης-λιμάνι μπορεί να ευαισθητοποιήσει, να ενθαρρύνει και να τους καθοδηγήσει στο πώς να εντοπίζουν, να συντηρούν, να διασώζουν και να διαδίδουν (προωθούν) την πολιτιστική κληρονομιά της πόλης-λιμάνι τους (κληρονομιά του λιμανιού, υλική, άυλη και ξεχασμένη). Ο βασικός σκοπός αυτού του Κεφαλαίου είναι να εξοικειωθούμε με την ιδέα της συμβουλευτικής προς όφελος του τοπικού έργου, καθώς και να ενδυναμώσουμε την τοπική ταυτότητα και εικόνα, αλλά και την υπερηφάνεια των κατοίκων.</p> <p>Επιπρόσθετα, οι εκπαιδευόμενοι μέσα από δραστηριότητες παιχνιδιού ρόλων, θα δοκιμάσουν για λίγο τον ρόλο του μέντορα και των μαθητευόμενων του και θα κληθούν να αξιολογήσουν τον εαυτό τους και τον ρόλο του μέντορα σε ανάλογα προγράμματα.</p>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p><b><u>Τί είναι η συμβουλευτική (mentoring);</u></b></p> <p>Η συμβουλευτική είναι μια πολύτιμη διαδικασία ανάπτυξης προσώπων ή ομάδων, η οποία μπορεί να εφαρμόζεται σε διάφορους τομείς, όπως σχολικά περιβάλλοντα, επαγγελματική εκπαίδευση ενηλίκων, καθώς και στο επαγγελματικό ή εργασιακό περιβάλλον. Στο δικό μας πλαίσιο, η συμβουλευτική αφορά πάνω από όλα μια συνεργατική σχέση ανάμεσα σε δύο ή περισσότερους ανθρώπους. Βασική επιδίωξή της είναι να αναπτύξει μια σχέση αμοιβαίας υποστήριξης και προσωπικής εξέλιξης του</p>



εκπαιδευόμενοι. Για να επιτευχθεί αυτό, τα δύο μέρη θα ανταλλάξουν απόψεις, σκέψεις, πρακτικές και συμβουλές για την περιήγηση ανακαλύψεων.

Ο σκοπός του ξεναγού ή του διοργανωτή της περιήγησης που θα γίνει μέντορας είναι:

- Να δημιουργεί διαρκώς την δυνατότητα να ακούγονται οι κάτοικοι και οι επιχειρηματίες, να είναι σε θέση να μαθαίνει περισσότερα για τις ανάγκες τους και τα θετικά αποτελέσματα που μπορεί να τους επιφέρει ένα τουριστικό προϊόν.
- Να διευκολύνει τον ρόλο των πρεσβευτών του HHST και να τους δίνει την δυνατότητα να βελτιώνουν τις δεξιότητές τους (επικοινωνία, φιλοξενία επισκεπτών, πολιτιστικές γνώσεις, κλπ.).
- Να παρακολουθεί καλύτερα τις επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία από την εξέλιξη του σχεδιασμού.
- Να εξασφαλίζει πως η εμπειρία των επισκεπτών που προτείνεται από την περιήγηση ανακαλύψεων θα βασίζεται στις γνώσεις και την πραγματικότητα των κατοίκων και των τοπικών επιχειρηματιών.

Η λέξη μέντορας (σύμβουλος, καθοδηγητής) θεωρείται πως προέρχεται από την αρχαία Ελλάδα και συγκεκριμένα τα Ομηρικά έπη. Ο μέντορας, ρόλο που συχνά αναλάμβανε η θεά Αθηνά, αποτελούσε τον προστάτη, καθοδηγητή, έμπιστο φίλο και πρότυπο. Πιο συγκεκριμένα, ο Μέντορας ήταν το πρόσωπο στο οποίο ο Οδυσσεύς ανέθεσε την διαχείριση του οίκου του, για το διάστημα που αυτός θα απουσίαζε στον Τρωικό Πόλεμο.

Ωστόσο, βασική του ευθύνη ήταν να φροντίζει τον Τηλέμαχο, τον γιό του Οδυσσεύα, και να τον καθοδηγεί στο πεπρωμένο του. Αυτή είναι και η ευθύνη που πρέπει να αναλάβει ένας ξεναγός προκειμένου να εμπνεύσει τους κατοίκους να γνωρίσουν την ιστορία και τον πολιτισμό της δικής τους πόλης-λιμάνι.

### **Η συμβουλευτική (mentoring) στο έργο HHST**

Ο ρόλος των συμβούλων είναι κρίσιμος για ένα τουριστικό έργο όπως αυτό που προωθείται από το HHST. Η περιστασιακή παρουσία τους στο έργο HHST, θεωρείται απολύτως αναγκαία, εξόχως δημιουργική και ωφέλιμη για τους συμμετέχοντες αλλά και τους ίδιους τους μέντορες.

Συγκεκριμένα, μέσα από την συμβουλευτική διαδικασία, οι συμμετέχοντες θα έρθουν σε επαφή με εξειδικευμένους επαγγελματίες στον τουρισμό, την κληρονομιά ή άλλους παράγοντες της πόλης, οι οποίοι θα είναι σε θέση, μέσα από την δική τους εμπειρία και γνώση, να τους καθοδηγήσουν στην αναζήτησή τους για το τί εκπροσωπεί η πόλη και το λιμάνι τους και τί μπορεί να προσφέρει σαν τουριστικός προορισμός. Οι σύμβουλοι, μπορούν για παράδειγμα, να καθοδηγήσουν τους πρεσβευτές, όσον αφορά την σημασία της τοπικής ιστορίας και της τοπικής κληρονομιάς και για τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εργαλεία για την προώθηση της πόλης.

Επιπρόσθετα, οι πρεσβευτές, μέσα από την διάδραση με τον σύμβουλό τους, αλλά επίσης και μέσα από την διάδραση με τους άλλους παράγοντες, θα είναι σε θέση να ενημερωθούν για νέες οπτικές, να επιλέγουν, να διευρύνουν τους ορίζοντές τους, να προβληματιστούν, να βρουν ένα δημιουργικό μέσο ανάπτυξης των απόψεών τους και





τελικά, να αποκομίσουν μια πιο ολοκληρωμένη άποψη για τα θέματα που πρέπει να αναλύσουν.

### **Τα χαρακτηριστικά ενός τουριστικού/πολιτιστικού/τοπικού ξεναγού στον ρόλο του μέντορα**

- Υπομονή και κατανόηση
- Να λειτουργεί ως πρότυπο και να εμπνέει αυτοπεποίθηση
- Υποστηρικτικότητα
- Δεξιότητες έκφρασης και επικοινωνίας
- Αφοσίωση και καθοδήγηση
- Να κινητοποιεί και να ενθαρρύνει
- Καλή γνώση των θεμάτων της συμβουλευτικής, της ιστορίας της πόλης, του πολιτισμού, κλπ.
- Προσαρμοστικότητα
- Οργανωτικές δεξιότητες
- Διαθεσιμότητα

Ο μέντορας παρέχει στον μαθητευόμενο γνώσεις, συμβουλές, προβλήματα, καθοδήγηση και υποστήριξη στην προσπάθειά του να ενταχθεί στο επαγγελματικό του περιβάλλον.

### **Τα χαρακτηριστικά ενός καλού τουριστικού/πολιτιστικού/τοπικού ξεναγού στον ρόλο του μέντορα**

- Θα πρέπει να είναι επιτυχημένοι επαγγελματίες στον τουριστικό τομέα.
- Να διακρίνεται για την προθυμία να μοιράζεται δεξιότητες, γνώσεις και ειδικεύσεις.
- Να παρουσιάζει θετική συμπεριφορά και να ενεργεί ως πρότυπο, κινητοποιώντας τον άλλους και να ενεργεί ως παράδειγμα προς μίμηση.
- Να είναι σε θέση να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους μαθητευόμενους.
- Να είναι σε θέση να βοηθά τους εκπαιδευόμενους να προσδιορίζουν τις πραγματικές τους ανάγκες και προτεραιότητες.
- Να παρέχει στους συμμετέχοντες καθοδήγηση και δημιουργική ανατροφοδότηση.
- Να ακούει, να κατανοεί και να προτείνει πρακτικές και εφαρμόσιμες λύσεις.
- Επιδιώκει την συνεχή παρακολούθηση και βελτίωση των δεξιοτήτων του στην συμβουλευτική διαδικασία.
- Προωθεί την ιστορία και τον πολιτισμό της πόλης-λιμάνι.
- Είναι σε θέση να ενθαρρύνει τους μαθητευόμενους να αναπτύξουν την αυτοπεποίθηση, την κατανόηση και τις δεξιότητες που χρειάζονται για να ανταποκρίνονται στις προσωπικές και επαγγελματικές επιδιώξεις τους.

### **Τα οφέλη για τον εκπαιδευόμενο**

- Η συμβουλευτική είναι μία σχέση που μπορεί να ενδυναμώσει την αίσθηση της αυτοπεποίθησης, της αυτοεκτίμησης και του αυτοπροσδιορισμού του



καθοδηγούμενου μέσα από την παροχή καινοτόμων ιδεών και πρακτικών συμβουλών για την απομυθοποίηση των δυσκολιών που αντιμετωπίζει και την δημιουργία ενός ευνοϊκού χώρου για την ανάπτυξή του.

- Η συμβουλευτική είναι κάτι εμπιστευτικό, συνεργατικό και υποστηρικτικό.
- Η συμβουλευτική προσφέρει ευκαιρίες για ανάπτυξη της διορατικότητας και της διεύρυνσης της οπτικής του εκπαιδευόμενου.
- Ο εκπαιδευόμενος, μέσα από την σωστή καθοδήγηση μπορεί να εξελίξει, να αναπτύξει και να καθορίσει τις επιδιώξεις του.
- Ο εκπαιδευόμενος μαθαίνει νέους τρόπους και νέες βέλτιστες πρακτικές τις οποίες μπορεί να προσαρμόζει στα προσωπικά ή επαγγελματικά δεδομένα του για την επίτευξη των επιδιώξεών του.
- Ο εκπαιδευόμενος έρχεται σε επαφή με έναν νέο κύκλο ανθρώπων και δημιουργεί νέες σχέσεις και επαφές για μελλοντικές συνεργασίες.
- Ο εκπαιδευόμενος μοιράζεται τις εμπειρίες του.

#### Τα οφέλη από την συμβουλευτική

- Η συμβουλευτική αξιοποιεί τις εμπειρίες, τις γνώσεις, και τις βέλτιστες πρακτικές που έχουν αναπτυχθεί σε μία περιοχή, μία επιχείρηση, μία ομάδα και ένα πεδίο δράσης ή προβληματισμού.
- Η συμβουλευτική συνεισφέρει δημιουργική συμμετοχή σε μία εκπαιδευτική διαδικασία ενισχύοντας την διάδοση των βέλτιστων πρακτικών οι οποίες ενισχύουν την ανάπτυξη ενός σύγχρονου τρόπου σκέψης στους εμπλεκόμενους.
- Η συμβουλευτική διαμορφώνει και ενισχύει το δίκτυο σχέσεων μεταξύ των συμμετεχόντων στην διαδικασία. Σε επίπεδο νέας επιχειρηματικότητας, ενισχύει της νέες και μικρές επιχειρήσεις.
- Η συμβουλευτική αποτελεί επίσης έναν πολύτιμο εργαλείο για την υποστήριξη των διαδικασιών αλλαγής, μετάβασης και ηγεσίας.
- Η συμβουλευτική ενσωματώνει πολλές λειτουργίες μαζί (διδασκαλία, καθοδήγηση, εποπτεία, φιλία, κλπ.).

#### Τα είδη της συμβουλευτικής

Η πληθώρα ορισμών για την συμβουλευτική (mentoring) φανερώνει τα πολλά χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν και υποδηλώνουν οι σχέσεις της συμβουλευτικής, τόσο ως προς την δομή, όσο και ως προς το περιεχόμενό τους. Οι βασικοί τρόποι με τους οποίους οι σχέσεις της συμβουλευτικής διαφοροποιούνται είναι οι παρακάτω:

- Τυπική συμβουλευτική (formal mentoring)
- Άτυπη συμβουλευτική (informal mentoring)
- Ομαδική συμβουλευτική (team Mentoring)
- Διαδικτυακή συμβουλευτική (online mentoring)

**Σχετικά με τις προτεινόμενες**

*Δραστηριότητα 1: Παιχνίδι ρόλων - Συμβουλευτική (mentoring)*

*Δραστηριότητα 2: Τι είναι και τι δεν είναι η συμβουλευτική (mentoring);*



**δραστηριότητ  
ες**

**Θέλετε να  
εμβαθύνετε  
περισσότερο;**

- Καναδός Υπουργός και Υπουργείο Βιομηχανίας, Τουρισμού και Επενδύσεων (2022) Συμβουλευτική Νέων για Προγράμματα Τουρισμού (Youth Mentorship for Tourism Program) <https://www.iti.gov.nt.ca/en/YMP>
- Fagenson-Eland, E., Marks, M.& Amendola, K. (1997). Αντιλήψεις για τις σχέσεις συμβουλευτικής. Περιοδικό για την Επαγγελματική Συμπεριφορά (*Perceptions of mentoring relationships. Journal of Vocational Behavior*), Vol 51 (no.1), 29-42  
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S000187919791592X>.
- Cynthia Deale Jenna Seung Hyun Lee (2019) Δίνοντας νόημα στην συμβουλευτική: Αντιλήψεις των σπουδαστών στην φιλοξενία και των τουρισμό για την συμβουλευτική. Περιοδικό για την Διδασκαλία στα Ταξίδια και τον Τουρισμό (Making mentoring meaningful: hospitality and tourism students' perceptions of mentoring *Journal of Teaching in Travel & Tourism*) 20(4):1-22
- *Εγχειρίδιο συμβουλευτικής και σχετικοί πόροι (Mentoring Handbook & Resource Materials) - Erasmus Plus PYP Project*  
<http://www.papatya.org/pdf/Mentoring%20Handbook.pdf>
- Τι είναι το Mentoring;  
<https://www.dasta.auth.gr/cmsitem.aspx?sid=2&id=372>  
[http://gd.uoi.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=191&Itemid=279](http://gd.uoi.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=191&Itemid=279)
- Εμμανουήλ Σοφία, (2019) Πώς το mentoring ωφελεί εταιρείες, εργαζόμενους και συμβούλους <https://m.naftemporiki.gr/story/1515212>
- <https://www.coe.int/en/web/interculturalcities/interculturality>

Είδος: Ομαδική εργασία, παιχνίδι ρόλων

**Ορολογία / θέμα**

Ερμηνεία κληρονομιάς, ερμηνευτικός σχεδιασμός, ανάγκες επισκεπτών, ομάδες απεύθυνσης, προσαρμοστικότητα, μέντορες, μαθητευόμενοι

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Κατανόηση της σημασίας και χρησιμότητας της συμβουλευτικής (mentoring) ως εργαλείου για την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη.
- Επίγνωση των βασικών ικανοτήτων της συμβουλευτικής.
- Ικανότητα προσδιορισμού των τοπικών πρεσβευτών και επικοινωνίας μαζί τους.

**Περιγραφή**

Μέσα από αυτή την δραστηριότητα, οι συμμετέχοντες και οι εκπαιδευτές θα έχουν την δυνατότητα να μάθουν πώς να συνεργάζονται πιο αποτελεσματικά και δημιουργικά μέσα σε μία ομάδα, και να οργανώνουν μαζί και σε συνεργασία με τρίτα μέρη, δράσεις που σχετίζονται με το έργο.

**Βήμα 1. Παρουσίαση – Ανοιχτή συζήτηση (15 λεπτά)**

Στο πρώτο μέρος της δραστηριότητας, ο εκπαιδευτής αναλαμβάνει:

- Να παρουσιάσει μία αναλυτική και σε βάθος εισαγωγή στην μορφή μιας ανοιχτής συζήτησης, για την σημασία, την εφαρμογή και χρήση της συμβουλευτικής σε όλους τους τομείς της ζωής μας (εκπαίδευση, επιχειρηματικότητα, προσωπική ανάπτυξη, καινοτομία, κλπ.).
- Να παρουσιάσει παραδείγματα από την εφαρμογή της συμβουλευτικής σε συγκεκριμένα παρόμοια έργα.

Σκοπός αυτής της παρουσίασης είναι ο εκπαιδευόμενος:

- Να κατανοεί την σημασία και την χρησιμότητα της συμβουλευτικής ως εργαλείου για την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη καθώς και ως εργαλείου για την ανάπτυξη της συνειδητότητας στην κοινωνία των πολιτών και στους δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς.
- Να αποκτήσει, μέσω δημιουργικής επικοινωνίας και συζήτησης, μία ολοκληρωμένη κατανόηση της συμβουλευτικής, καθώς και την γνώση των βασικών διαδικασιών και αρχών εφαρμογής της.
- Να κατανοήσει και να οικειοποιηθεί βασικές ικανότητες που αφορούν την συμβουλευτική, προκειμένου να είναι σε θέση να τις εφαρμόσει στο πλαίσιο του έργου, αλλά και γενικότερα.



Είδος: Ομαδική εργασία, παιχνίδι ρόλων

## Περιγραφή

### **Βήμα 2. Παιχνίδι ρόλων (1 ώρα)**

Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες των 2-4 ατόμων, κάθε μία από τις οποίες θα επιλέξει ένα μέλος της να αναλάβει τον ρόλο του μέντορα και οι υπόλοιποι θα αναλάβουν τον ρόλο του μαθητευόμενου. Οι μαθητευόμενοι θα πρέπει να εκφράζουν στον μέντορα τούς προβληματισμούς τους, τις δυσκολίες και τους στόχους που θα διαπραγματευτούν συμμετέχοντας σε ένα τουριστικό έργο που προωθεί την διατήρηση, προώθηση και διάδοση της κληρονομιάς του λιμανιού.

Παραδείγματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις περιηγήσεις ανακαλύψεων ΗΗST.

Ο εκπαιδευόμενος μέντορας από την μεριά του θα πρέπει να προσπαθήσει να εφαρμόσει όσο περισσότερες από τις αρετές θα πρέπει να κατέχει και να αναπτύσσει ένας καλός σύμβουλος, προκειμένου να καθοδηγεί τους μαθητευόμενους, είτε μεμονωμένα είτε ως ομάδα, για να πετύχουν τους στόχους τους.

### **Βήμα 3. Αναπτύσσοντας κατευθυντήριες γραμμές (30 λεπτά)**

Με την ολοκλήρωση των δύο πρώτων βημάτων, όλοι οι συμμετέχοντες θα κληθούν να προβληματιστούν και να εκφράσουν τις απόψεις τους για την αποτελεσματικότητα της συμβουλευτικής ως μεθόδου και εργαλείου για την αυτοβελτίωση, καθώς και για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά της όσον αφορά το συγκεκριμένο έργο αλλά και γενικότερα.

### **Βήμα 4. Ανοιχτή συζήτηση (15 λεπτά)**

Όλες οι απόψεις και παρατηρήσεις για τις κατευθύνσεις θα σημειωθούν και θα ομαδοποιηθούν σε έναν αναλυτικό πίνακα.

Στην βάση της χαρτογράφησης των παρατηρήσεων των εκπαιδευόμενων συμβούλων, οι εκπαιδευτές θα προχωρήσουν σε έναν σύντομο σχολιασμό προκειμένου να δημιουργήσουν τις συνθήκες για την ανάπτυξη μιας ανοιχτής και δημιουργικής συζήτησης με την συμμετοχή όλων.

Μέσα από αυτή την ανοιχτή συζήτηση και τον συνδυασμό των απόψεων, τεχνικών και βέλτιστων πρακτικών, ανθρώπων με διαφορετικές νοοτροπίες, διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα, και συμπληρωματικές προοπτικές, θα διευρυνθούν οι ορίζοντες και οι προοπτικές των ίδιων των συμμετεχόντων.

Είδος: Ομαδική εργασία, παιχνίδι ρόλων

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας, σημειωματάρια και μολύβια

### Διάρκεια

2 ώρες

### Πόροι

Έργο DELPHI <https://medcenv.org/wp/delphi/>

Ανοίγοντας τον δρόμο, δημιουργώντας καλύτερα. Περισσότερο βιώσιμες τουριστικές εξορμήσεις (Leading the Way Creating better, more sustainable tourist excursions)  
[www.thetravelfoundation.org.uk](http://www.thetravelfoundation.org.uk)

Εργαλειοθήκη της UNESCO για τον βιώσιμο τουρισμό στην παγκόσμια κληρονομιά (UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit)

<http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf>

Είδος: Ομαδική εργασία, συζήτηση

**Ορολογία / θέμα**

Ερμηνεία κληρονομιάς, κοινές αξίες, αρχές της ερμηνείας κληρονομιάς, ερμηνευτικός σχεδιασμός, μέντορας και συμβουλευτική

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

Οι μαθητευόμενοι θα πρέπει:

- Να αναπτύξουν τις γνώσεις τους για την συμβουλευτική.
- Να αναπτύξουν τις ικανότητές τους ως δυνητικοί μέντορες.

**Περιγραφή**

Αυτή η δεύτερη δραστηριότητα θα είναι μία ανοιχτή συζήτηση στην μορφή ενός παιχνιδιού με θέμα την συμβουλευτική. Στο τέλος της διαδικασίας οι συμμετέχοντες θα έχουν μία γενική εικόνα της έννοιας της συμβουλευτικής.

**Βήμα 1. Εισαγωγή στο παιχνίδι (10')**

Στο πρώτο μέρος της δραστηριότητας, οι συντονιστές θα εξηγήσουν αναλυτικά στους συμμετέχοντες την διαδικασία του παιχνιδιού καθώς και τους στόχους αλλά και τα αποτελέσματα που προσδοκούν μέσα από την δραστηριότητα με θέμα την συμβουλευτική.

**Βήμα 2. Μοίρασμα ιδεών και απόψεων (30')**

Στην συνέχεια οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε ομάδες των 4, είτε με φυσική παρουσία είτε διαδικτυακά. Κάθε ομάδα, μέσα από συζήτηση και ανταλλαγή ιδεών, θα καταγράψει σε μορφή πίνακα αυτό που νομίζει ότι είναι και δεν είναι η συμβουλευτική. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες θα συζητήσουν και θα συντάξουν έναν κατάλογο στον οποίο θα καταγράψουν αυτά που θεωρούν ότι είναι η συμβουλευτική και αυτά που θεωρούν πως αφορούν τον ρόλο του μέντορα. Στην συνέχεια, θα συντάξουν έναν κατάλογο στον οποίο θα καταγράψουν αυτά που θεωρούν πως δεν είναι η συμβουλευτική και αυτά που θεωρούν πως δεν θα έπρεπε να αφορούν τον ρόλο του μέντορα.

**Βήμα 3. Παρουσίαση και συζήτηση (45')**

Στην συνέχεια κάθε ομάδα θα παρουσιάσει τους πίνακές της στις υπόλοιπες ομάδες. Συγκεκριμένα, ένας εκπρόσωπος κάθε ομάδας θα παρουσιάσει λεπτομερώς τις απόψεις της ομάδας του στο σύνολο των εκπαιδευόμενων, είτε χρησιμοποιώντας ψηφιακά μέσα, είτε δια ζώσης.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Τί είναι και τί δεν είναι η συμβουλευτική (mentoring)

Είδος: Ομαδική εργασία, συζήτηση

### Περιγραφή

Οι εκπαιδευόμενοι, από κοινού, θα συζητήσουν και θα εκφράσουν τις απόψεις τους και αντιρρήσεις τους όσον αφορά τις παρουσιάσεις. Πιο ειδικά, μέσω των παρουσιάσεων, στο τέλος της δραστηριότητας, όλοι οι συμμετέχοντες, μέσα από μία ανοιχτή συζήτηση και έχοντας στην διάθεσή τους το σύνολο των απόψεων που ακούστηκαν, θα διαμορφώσουν έναν γενικό πίνακα στον οποίο θα παρουσιάζεται η ολοκληρωμένη εικόνα της έννοιας της συμβουλευτικής.

Με το τέλος αυτής της δραστηριότητας, αναμένεται οι εκπαιδευόμενοι να έχουν απάντηση για τα θεμελιώδη ερωτήματα της έννοιας της συμβουλευτικής, όπως τα παρακάτω:

- Τί είναι η συμβουλευτική;
- Τί δεν είναι η συμβουλευτική;
- Τί προσφέρει η συμβουλευτική στον εκπαιδευτή και στον εκπαιδευόμενο;
- Ποιός είναι ο ρόλος του μέντορα;
- Τί δεν θα πρέπει να κάνει ένας μέντορας;
- Πώς μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική η συμβουλευτική;

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων ή εικονική αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας και μαρκαδόροι,  
χαρτιά και μολύβια

### Διάρκεια

1,5 ώρα



<b>Μάθημα 4</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>4.1</b>	<p><i><b>Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης</b></i></p> <p><i><b>Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο</b></i></p>
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	<p>Τουριστικοί πράκτορες, σχεδιαστές και διαφημιστές τουριστικών προϊόντων</p>
<b>Στόχοι</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ο ορισμός του μάρκετινγκ</li> <li>• Το μάρκετινγκ μιας περιήγησης ανακάλυψης</li> <li>• Επικοινωνία και μάρκετινγκ</li> <li>• Τα είδη του μάρκετινγκ</li> <li>• Ο σχεδιασμός του μάρκετινγκ</li> </ul>
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Θησαυροθήρας (θησαυρός = στοιχεία της κληρονομιάς, ιστορίες, δεδομένα) - ένα πρόσωπο με την ικανότητα να συλλέγει στοιχεία που θα είναι ιδιαίτερα ενδιαφέροντα για το μελλοντικό κοινό μιας καμπάνιας μάρκετινγκ.</li> <li>• Ειδικός στο μάρκετινγκ, ικανός να μετατρέπει τα μηνύματα της κληρονομιάς στην γλώσσα της προώθησης και του μάρκετινγκ.</li> <li>• Γνώσεις επικοινωνιακών τεχνικών και της εφαρμογής τους στην περιήγηση στην κληρονομιά του λιμανιού.</li> <li>• Γνώσεις διαφόρων μεθόδων μάρκετινγκ για την ενίσχυση των δραστηριοτήτων σας.</li> <li>• Γνώσεις των τεχνικών του βιώσιμου μάρκετινγκ που σχετίζονται με δραστηριότητες γύρω από την κληρονομιά.</li> </ul>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	<p>9 έως 11 ώρες</p>
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	<p>Αναζήτηση της κληρονομιάς, διαδικασία αναζήτησης θησαυρών, μάρκετινγκ, προώθηση</p>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Αφού εξοικειωθείτε με την περιήγηση, θα είστε σε θέση να μετατρέψετε αυτές τις ιστορίες και άλλα στοιχεία σε ενδιαφέρον περιεχόμενο, ελκυστικό σε διάφορα ακροατήρια.</p> <p>Γνωρίζοντας τα συγκεκριμένα στοιχεία, θα μάθετε πώς να τα προσαρμόζετε για να παρουσιαστούν στο Facebook, το Instagram, σε γιγαντοαφίσες και άλλα μέσα.</p>



## Λίγη θεωρία

Όπως έλεγε ο Κάτων ο Πρεσβύτερος “αρπάξτε το θέμα και οι λέξεις θα ακολουθήσουν”. Δεν υπάρχει καλή καμπάνια χωρίς την καλή κατανόηση του αντικειμένου. Πριν από την διαφήμιση και την προώθηση, ένας ειδικός στο μάρκετινγκ πρέπει να καλύψει εξονυχιστικά το αντικείμενο. Η επεξεργασία και προσαρμογή του περιεχομένου για τα διάφορα μέσα είναι μια ικανότητα που απαιτεί εξάσκηση και ανάπτυξη. Για αυτόν τον λόγο θα επιλέξουμε συγκεκριμένες ιστορίες από την κληρονομιά, μέρη των τουριστικών διαδρομών, και θα τις μετατρέψουμε σε καμπάνιες σε διάφορα μέσα (κοινωνικά δίκτυα, διαφήμιση σε δημόσιους χώρους, κλπ.).

**Κατά την φάση της ανάπτυξης (δείτε Μαθήματα 1&2)** η περιήγηση ανακάλυψης έχει αναπτυχθεί μέσα από:

- Τον προσδιορισμό των πολιτιστικών ψηφίδων οι οποίες μπορούν να συλλεχθούν γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα ή ιστορία. Για παράδειγμα, η ζωή των ψαράδων της Bastia, και οι παραδόσεις, μνήμες, ζωντανή κουλτούρα, τα πεπρωμένα των ανθρώπων, η αρχιτεκτονική κληρονομιά, και όλα όσα μαρτυρούν αυτό το θέμα.
- Τον προσδιορισμό του κοινού απεύθυνσης (τοπικοί και εγχώριοι επισκέπτες, ξένοι τουρίστες, νέοι, ηλικιωμένοι, κλπ.).
- Την επεξεργασία μιας στρατηγικής και ενός σχεδίου ενεργειών για να γίνει η τουριστική δραστηριότητα πραγματικότητα.

Τώρα θα πρέπει να την προωθήσετε και αυτό απαιτεί έναν σχεδιασμό μάρκετινγκ.

### **Εμπορική προώθηση της περιήγησης** ανακάλυψης

“Το μάρκετινγκ είναι η δραστηριότητα, το σύνολο των θεσμών και των διαδικασιών για την δημιουργία, κοινοποίηση, παράδοση και την ανταλλαγή προσφορών οι οποίες έχουν αξία για πελάτες, συνεργάτες και την κοινωνία γενικότερα.”

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.”

(American Marketing Association, ορισμός που εγκρίθηκε το 2017)

### **Το πρώτο βήμα είναι να δημιουργήσετε μία ταυτότητα και ένα μήνυμα**

“Η εφαρμογή των σχεδιασμών εμπορικής προώθησης και τεχνικών στο πρωτεύον θέμα της περιήγησης ανακάλυψης αποτελεί την ευκαιρία για την σύνδεση της πολιτιστικής κληρονομιάς και της καλλιτεχνικής έκφρασης με την τοπική οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.” (Andrea Cenderello, 2015)

Ποιες είναι οι προσφορές που έχουν αξία στην εμπορική προώθηση της κληρονομιάς;

- Έργα με φυσική υπόσταση (τέχνες, κτήρια, μνημεία, άλλα υλικά προϊόντα της ανθρώπινης δημιουργικότητας, κλπ.).
- Πρακτικές, εκφράσεις, γνώσεις, δεξιότητες.
- Έθιμα, παραδόσεις, τρόπος ζωής.



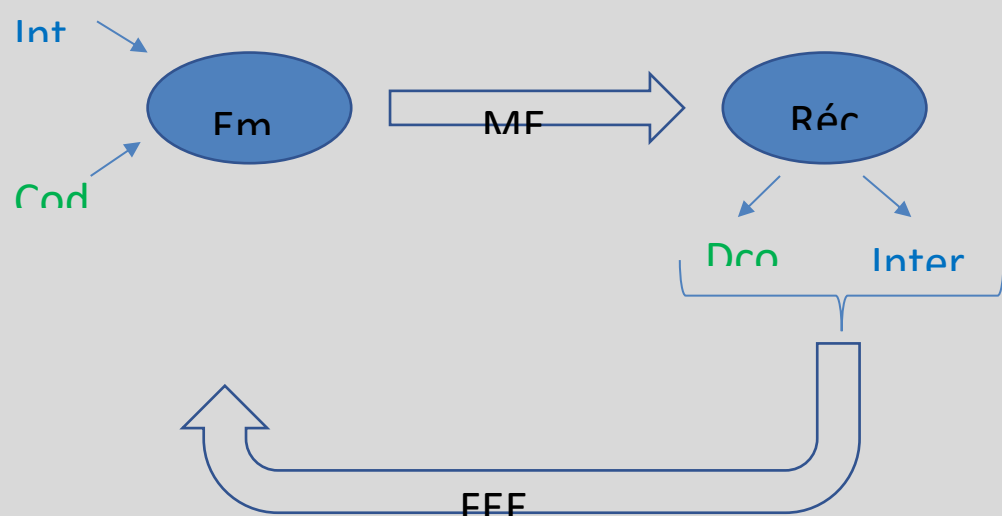
Για να διαμορφώσετε την ταυτότητα της περιήγησής σας θα γίνετε ένας θησαυροθήρας, χρησιμοποιώντας την ικανότητά σας να αναγνωρίζετε τα πιο ενδιαφέροντα και αντιπροσωπευτικά στοιχεία μιας περιήγησης ανακάλυψης και να τα μετατρέπετε σε υλικά κατασκευής των εκστρατειών και πρωτοβουλιών μάρκετινγκ.

Οι ενέργειες του μάρκετινγκ απαιτούν τροφοδοσία με σχετικές και ενδιαφέρουσες πληροφορίες και διάφορες λεπτομέρειες οι οποίες θα είναι μέρος της προωθητικής ενέργειας (μια ελκυστική ιστορία για το φυλλάδιο, ανάρτηση σε κοινωνικά δίκτυα, σλόγκαν, διαφημιστικές φωτογραφίες και πληροφορίες, κλπ.).

### Επικοινωνία Vs Μάρκετινγκ

**Το μάρκετινγκ και η επικοινωνία** είναι δύο εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την προώθηση μιας εταιρείας, ενός οργανισμού, ενός προϊόντος ή ενός έργου. Το μάρκετινγκ περιλαμβάνει την εφαρμογή ενός σχεδιασμού προωθητικών ενεργειών. Καθορίζει τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν, ενώ η επικοινωνία είναι αρμόδια για την παράδοση των μηνυμάτων του σχεδιασμού μάρκετινγκ. Το μάρκετινγκ αποτελεί την δραστηριότητα, τον σχεδιασμό και την στρατηγική, ενώ η επικοινωνία αναφέρεται στην εκτέλεση της πώλησης. Αλλά το μάρκετινγκ δεν χρησιμοποιείτε μόνο για τις οικονομικές επιδόσεις. Σήμερα, σχετίζεται όλο και περισσότερο με την βιωσιμότητα για να αναδείξει τις ενέργειες των εταιρειών που συμμορφώνονται με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές αρχές. Αυτό το Κεφάλαιο θα παρουσιάσει επίσης τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ προκειμένου να καταδείξει πώς ένας επικοινωνιακός σχεδιασμός θα πρέπει να εκτελείται για την ενίσχυση συγκεκριμένα της προώθησης μιας περιήγησης στην κληρονομιά του λιμανιού.

**Η επικοινωνία** είναι το σύνολο των αλληλεπιδράσεων ανάμεσα σε δύο υποκείμενα, έναν αποστολέα και έναν παραλήπτη, μεταφέροντας πληροφορίες σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα:





## Πρόθεση Κωδικοποίηση Αποστολέας ΜΗΝΥΜΑ ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ Παραλήπτης Αποκωδικοποίηση Ερμηνεία

Η επικοινωνία δημιουργείται με πρόθεση να μεταφερθούν πληροφορίες οι οποίες πρέπει να είναι σαφείς, τεκμηριωμένες, και με έναν συγκεκριμένο στόχο: να ανταλλάξουν, να μεταφέρουν, να επιχειρηματολογήσουν, να πείσουν.

Βασίζεται ακόμα στην στάση (γλώσσα, συμπεριφορά, παρουσία) την οποία χρησιμοποιεί ο αποστολέας απέναντι στον παραλήπτη. Ο παραλήπτης θα ερμηνεύσει το μήνυμα που λαμβάνει και θα διατηρήσει συγκεκριμένα στοιχεία, τα οποία θα μεταβιβάσει στον αποστολέα μέσω της ανατροφοδότησης.

Στο πλαίσιο μιας τουριστικής δραστηριότητας, και συγκεκριμένα μιας περιήγησης, αυτά τα στοιχεία είναι κρίσιμα. Πραγματικά, μία τουριστική δραστηριότητα παράγεται την ίδια στιγμή που καταναλώνεται. Φέρνει σε επαφή έναν ξεναγό (αποστολέα) ο οποίος παρουσιάζει στους τουρίστες (παραλήπτες) γνώσεις, συγκεκριμένα, μία ιστορία. Έτσι, η στάση, η γλώσσα, τα μηνύματα, η μεταφορά γνώσης, ειδικά εάν είναι στην μορφή αφήγησης ιστοριών, θα αποτελούν κρίσιμα στοιχεία του προϊόντος, μαζί με τις τοποθεσίες και τα χαρακτηριστικά τους. Ανάλογα με το είδος των τουριστών που θα ξεναγήσει, νέοι, ηλικιωμένοι, οικογένειες, κλπ., ο ξεναγός θα πρέπει να προσαρμόζει την στάση του.

Η κοινοποίηση ενός προϊόντος συνδέεται στενά με την έννοια του μάρκετινγκ. Το μάρκετινγκ μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των ενεργειών που αποσκοπούν στην μελέτη και τον επηρεασμό των αναγκών και των συμπεριφορών των πελατών και **στην προσαρμογή της παραγωγής και του μάρκετινγκ σύμφωνα με τις ανάγκες και τις συμπεριφορές που αναγνωρίστηκαν προηγουμένως.**

*“Το μάρκετινγκ είναι η προσπάθεια προσαρμογής των οργανισμών στην ανταγωνιστικότητα των αγορών, ώστε να επηρεάσουν υπέρ τους την συμπεριφορά του κοινού, μέσω μιας προσφοράς της οποίας η αναγνωρισμένη αξία παραμένει υψηλότερη από αυτήν του ανταγωνισμού.”*  
(*Théorie et pratique du Marketing – Mercator - Jacques Lendrevie, Julien Levy et Denis Lindon - 2006*)

Πριν από κάθε προσέγγιση μάρκετινγκ και επικοινωνίας, είναι απαιτούμενη η ανάλυση του πλαισίου της (στρατηγικό μάρκετινγκ):

- Η κατάσταση της εταιρείας και του προϊόντος
- Τα χαρακτηριστικά των πελατών
- Οι ανάγκες και οι προσδοκίες των πελατών
- Οι ανταγωνιστές
- Η αγορά για την εταιρεία και το προϊόν

Θα πρέπει να αναληφθεί ένα σύνολο ενεργειών, συμπεριλαμβανομένων συνεπών αποφάσεων σύμφωνα με τα τέσσερα σημεία (4 parts, 4P):

- Πολιτική προϊόντος
- Τιμολογιακή πολιτική
- Πολιτική τοποθέτησης (διανομή)



- Πολιτική προώθησης

Η ψηφιοποίηση και το διαδίκτυο προσέθεσαν δύο επιπλέον σημεία:

- Εμπλοκή (αλληλεπίδραση με τους πελάτες)
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Είναι απαραίτητο να συλλέξετε ένα σύνολο συστατικών προκειμένου να ορίσετε την **δική σας συνταγή** (λειτουργικό μάρκετινγκ) σύμφωνα με τους **στόχους που προέκυψαν από την ανάλυση του πλαισίου** (στρατηγικό μάρκετινγκ).

Σύμφωνα με αυτό το πρώτο βήμα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν πολλά είδη μάρκετινγκ όπως το **Συμμετοχικό ή συνεργατικό μάρκετινγκ, το Μάρκετινγκ δεδομένων, το Άμεσο μάρκετινγκ, το Αντάρτικο μάρκετινγκ**, ενώ για την προώθηση των αστικών περιηγήσεων θα σταθούμε στα τρία παρακάτω:

- **Το βιωματικό μάρκετινγκ** μπορεί να οριστεί ως όλα τα σχέδια και οι ενέργειες που αποσκοπούν στην παροχή μιας λιγότερο ή περισσότερο αξιωματική εμπειρίας στους νυν και υποψήφιους πελάτες τους. Υπάρχουν δύο είδη βιωματικού μάρκετινγκ, ένα που βασίζεται στην εμπειρία του πελάτη στο πλαίσιο της αγοράς του προσφερόμενου προϊόντος ή της υπηρεσίας, και το άλλο που χρησιμοποιείται μέσα σε ένα πλαίσιο διαφήμισης και προώθησης. Για παράδειγμα, η εταιρεία Red Bull χρησιμοποιεί αυτή την μέθοδο πολύ συχνά.
- **Το αισθητηριακό μάρκετινγκ:** Νέες προσεγγίσεις και μέθοδοι ως απάντηση στις μεταβαλλόμενες αγορές, την ένταση του ανταγωνισμού μπροστά στις νέες προσδοκίες των πελατών και την ανάπτυξη του νέου τρόπου ζωής: *μυρωδιά φρέσκου ψωμιού στα αρτοποιεία, αναπαραγωγή της αίσθησης στο δέρμα ενός νέου αφρόλουτρου, κλπ.*
- **Το μάρκετινγκ βιωσιμότητας** από εταιρείες που βασίζουν τον επικοινωνιακό τους σχεδιασμό στην πολιτική τους στην κατεύθυνση της βιωσιμότητας προκειμένου να αναδείξουν είτε τις αρετές του προϊόντος τους απέναντι στα περιβαλλοντικά προβλήματα, είτε να εξυμνήσουν τις δεσμεύσεις τους σε αυτόν τον τομέα (υπηρεσίες στην αλυσίδα παραγωγής, εσωτερική οργάνωση, αξιολόγηση επιπτώσεων, κλπ.). Στόχος είναι ο πελάτης να γνωρίζει πως αγοράζοντας το προϊόν ή την υπηρεσία, θα συνεισφέρει στις προσπάθειες βιωσιμότητας. Υπάρχει αυξανόμενη συζήτηση γύρω από τους υπεύθυνους καταναλωτές ή consumactors (ενεργούς καταναλωτές).

Η προώθηση των τουριστικών περιηγήσεων που βασίζεται στην ενίσχυση της υλικής και άυλης κληρονομιάς των περιοχών με λιμάνια μπορεί να εντάξει κάλλιστα την επικοινωνία της στην επιλογή του μάρκετινγκ βιωσιμότητας. Πραγματικά, αυτές οι περιηγήσεις μπορούν να αναδείξουν τα κοινά αγαθά, κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές, όπως για παράδειγμα, το θέμα της βιοτεχνικής αλιείας μικρής κλίμακας στα λιμάνια. Επιπρόσθετα, εμπλέκουν απευθείας τους τουρίστες μέσα από την άμεση επαφή τους με τους



συντελεστές (αλιείς), τους μάρτυρες της κληρονομιάς του λιμανιού, και το μοίρασμα των εμπειριών τους (αφηγήσεις ιστοριών).

### Ένα σχέδιο προώθησης πωλήσεων (μάρκετινγκ)

Έτσι, το μάρκετινγκ περιλαμβάνει έναν στρατηγικό σχεδιασμό που αποσκοπεί στην προώθηση της εταιρείας και του προϊόντος της, ενώ η επικοινωνία είναι μέρος της εφαρμογής της στρατηγικής του μάρκετινγκ. Το τμήμα προώθησης πωλήσεων παρακολουθεί την διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, την επικοινωνία και την προώθηση. Έτσι, πρόκειται για μία ανάμεικτη επικοινωνία, δηλαδή, ένας συνδυασμός μεθόδων και ειδών επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται από την εταιρεία/οργανισμό προκειμένου να μεταφέρει ένα μήνυμα σε κάθε κοινό απεύθυνσης, για παράδειγμα, επισκέπτες, ξεναγούς, τουριστικούς πράκτορες και ταξιδιωτικά γραφεία, τοπικοί εταίροι, κλπ.

Η προσπάθεια αποσκοπεί:

- Στο να γίνετε γνωστοί: ο οργανισμός σας, τα νέα τουριστικά προϊόντα σας, οι υπηρεσίες σας, κλπ.
- Στο να κερδίσετε την εκτίμηση: έτσι ώστε νέοι επισκέπτες θα συμμετέχουν και θα μεταφέρουν μία θετική και ελκυστική εικόνα η οποία θα ξεχωρίζει ανάμεσα στους ανταγωνιστές.
- Στο να δεσμεύει τον καταναλωτή: να επισκεφθεί το λιμάνι, να δοκιμάσει την περιήγηση, να ενημερώσει και να μιλήσει για αυτήν με άλλους, κλπ.

Είναι επομένως απαραίτητο να εφαρμόσετε την επικοινωνιακή στρατηγική επιλέγοντας τον καλύτερο συνδυασμό επικοινωνιακών εργαλείων και μέσων προκειμένου να προσεγγίσετε τις επιδιώξεις σας (την αγορά, τους πελάτες, τον αριθμό πελατών) με έναν συγκεκριμένο προϋπολογισμό:

- Φυλλάδια, αφίσες, πόστερ, κλπ. (διαδικτυακά εργαλεία, ιστότοπους, κοινωνικά δίκτυα, κλπ.)
- Μέσα: τύπος (τοπικός, περιφερειακός, εθνικός), ραδιόφωνο, τηλεόραση (διαφημίσεις)
- Εκτός μέσων: απευθείας επικοινωνία, εκδηλώσεις (εκθέσεις, πανηγύρια, κλπ.)

**Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες**

1. Μία ξενάγηση για επαγγελματίες της προώθησης πωλήσεων (marketers).
2. Δραστηριότητες προώθησης πωλήσεων ως διαδικασία αναζήτησης θησαυρού.
3. Επικοινωνία και Μάρκετινγκ

**Προετοιμασία**

- Παρουσίαση PowerPoint, πίνακας με φύλλα χαρτί A3, φωτογραφίες, περιήγηση

**Θέλετε να εμβαθύνετε**

- Théorie et pratique du Marketing – Mercator - Jacques Lendrevie, Julien Levy et Denis Lindon - 2006



**περισσότερο;**

- Marketing mess to brand success: 30 challenges to transform your organization's brand - Scott Jeffrey Miller - Format Kindle
- Le Marketing durable: une utopie ou une confusion durable - CHERFI S., 2014,- Revue de Management et de Stratégie, VA Press
- The American Marketing Association definition: <https://www.ama.org/> - American Marketing Association
- Types of Marketing Your Brand Can Invest In <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-types>
- Andrea Cenderello (2015) H.I.S.A. Study - Marketing of heritage sites [https://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HISA/HISA\\_Marketing\\_Heritage\\_sites.pdf](https://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HISA/HISA_Marketing_Heritage_sites.pdf)
- Fouad A. Sadiki (2012) Sustainable tourism marketing strategies at UNESCO World Heritage Sites - University of Nevada, Las Vegas <https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2478&context=thesisdissertations>
- John A. Veverka, Martynas Radzevičius, - Marketing Basics for Interpretive & Heritage Sites and Attractions – It's all about the visitors. [http://portal.uni-freiburg.de/interpreteurope/service/publications/recommended-publications/veverka\\_marketing\\_basics.pdf](http://portal.uni-freiburg.de/interpreteurope/service/publications/recommended-publications/veverka_marketing_basics.pdf)
- Virginija Jurėnienė, Martynas Radzevičius (2014) Cultural Heritage Marketing, International Journal of Liberal Arts and Social Science <https://ijlass.org/data/frontImages/gallery/Vol. 2 No. 4/2.pdf>
- UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Online Toolkit <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/sites/default/files/UNESCO%20toolkit%20PDFs%20guide%205C.pdf>

## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Μία ξενάγηση για επαγγελματίες στην προώθηση πωλήσεων (marketers).

Είδος: Πρακτική άσκηση

#### Ορολογία / θέμα

Μάρκετινγκ, στρατηγικές μάρκετινγκ, προώθηση πωλήσεων, κοινό απεύθυνσης, τοποθεσίες κληρονομιάς, ερμηνεία κληρονομιάς, μάρκετινγκ πολιτιστικής κληρονομιάς.

#### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Εξοικείωση με τις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ, έρευνα μεθόδων μάρκετινγκ και κοινού απεύθυνσης.
- Εκμάθηση της διαδικασίας «αναζήτησης θησαυρού», προσδιορισμός του κατάλληλου περιεχομένου και των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ.
- Εξοικείωση με τους βασικούς όρους της ερμηνείας της κληρονομιάς, ικανότητα μεταφοράς των θεμάτων σε ενδιαφέρουσες και ελκυστικές εξιστορήσεις.

#### Περιγραφή

Η βάση της καλής ερμηνείας είναι η βάση για μια καλή καμπάνια μάρκετινγκ. Δεν έχει να κάνει με την πρόθεση να μετατρέψει τους μαρκετίστες (marketers) σε ερμηνευτές ή αφηγητές αλλά με το να καταδείξει πως τα βασικά μέσα ερμηνείας είναι η βάση για μια καλή καμπάνια μάρκετινγκ. Η ερμηνεία της κληρονομιάς και οι στρατηγικές μάρκετινγκ αποτελούν συμπληρωματικές δραστηριότητες.

**ΒΗΜΑ 1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ**, ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τους βασικούς όρους του μάρκετινγκ.

Στο πρώτο βήμα παρουσιάζονται όλοι οι όροι **ΚΑΙ** οι διαδικασίες που εντάσσονται στο θεωρητικό μέρος. Ο εκπαιδευτής καθοδηγεί τους εκπαιδευόμενους στην γνωριμία των όρων και των ορισμών χρησιμοποιώντας παραδείγματα για να εξηγήσει το αντικείμενο.

Είναι η εισαγωγή στα βασικά του μάρκετινγκ και της προώθησης (ορισμός του μάρκετινγκ, έρευνα αγοράς, στρατηγικές και τεχνικές, σύνδεση με την πολιτιστική κληρονομιά, καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκφράσεις και τοπική οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, σύνδεση με το κοινό απεύθυνσης, κλπ.).

Ο εκπαιδευτής συζητά τους όρους με τους εκπαιδευόμενους και παρέχει παραδείγματα. Κατά την διάρκεια της διάλεξης, ο εκπαιδευτής συνδέει τις συγκεκριμένες γνώσεις ενός marketer με συγκεκριμένα θέματα που προέρχονται από τους ίδιους τους εκπαιδευόμενους και το υπόβαθρό τους.

**ΒΗΜΑ 2: ΜΙΑ ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (MARKETERS-MARΚΕΤΙΣΤΕΣ)**

Ξενάγηση στους φυσικούς χώρους. Προκειμένου να διαμορφώσει μια επιτυχημένη καμπάνια μάρκετινγκ, ο επαγγελματίας του μάρκετινγκ θα χρειαστεί να εξοικειωθεί με το αντικείμενο. Οι ξεναγήσεις θα πρέπει να προσαρμοστούν μέσα από την συζήτηση των πιθανών θεμάτων και αντικειμένων τα οποία αργότερα θα χρησιμοποιηθούν στην καμπάνια.





## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Μία ξενάγηση για επαγγελματίες στην προώθηση πωλήσεων (marketers).

Είδος: Πρακτική άσκηση

Ο σκοπός αυτής της ξενάγησης είναι να καταδειχθεί η αναγκαιότητα της ουσιαστικής κατανόησης του αντικειμένου πριν ξεκινήσει η προσπάθεια προώθησης και προσφοράς στο κοινό. Ένας μαρκετίστας πρέπει να κατανοεί πλήρως το αντικείμενο για το οποίο οργανώνει την καμπάνια, καθώς είναι προϋπόθεση να παρέχεται σε ένα συγκεκριμένο κοινό μία συγκεκριμένη προσφορά. Ο ξεναγός που διαθέτει εξίσου εμπειρία μάρκετινγκ και ερμηνείας θα μπορεί να καταδεικνύει με σαφήνεια όλα τα ορόσημα, τις ιδέες, τα δεδομένα, κλπ., τα οποία θα μπορούσαν με ευκολία να μετατραπούν σε περιεχόμενο μιας καμπάνιας μάρκετινγκ.

Ο εκπαιδευτής οδηγεί τους εκπαιδευόμενους σε μία περιήγηση στους φυσικούς χώρους της πόλης. Δεν ακολουθεί την συνηθισμένη διαδικασία κατά την οποία ο ξεναγός μιλά στο ακροατήριο, αλλά συνδυάζει τα στοιχεία της περιήγησης (στοιχεία για τα μνημεία, ιστορίες της πόλης, τοποθεσίες, κλπ.). Για παράδειγμα ο καθηδρικός του Split θεωρείται ένας από τους μικρότερους καθηδρικούς στον κόσμο. Επίσης, προτού μετατραπεί σε καθηδρικό υπήρξε το μαυσωλείο του Διοκλητιανού, Ρωμαίου αυτοκράτορα της αρχαιότητας του οποίου οι μεταρρυθμίσεις καθόρισαν το μέλλον της Δυτικής Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας. Πιθανοί τίτλοι/θέματα: «Ρωμαϊκή προέλευση του καθηδρικού ναού του Split», «Ο μικρότερος καθηδρικός στον κόσμο», «Το παγανιστικό μαυσωλείο που μετατράπηκε σε καθηδρικό», κλπ.

#### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο / φυσικοί χώροι για την εκπαιδευτική περιήγηση.

#### Απαιτούμενα υλικά

- Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint
- Πίνακας



**ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης**  
**4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ**

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Μία ξενάγηση για επαγγελματίες στην προώθηση πωλήσεων (marketers).**

Είδος: Πρακτική άσκηση

### Διάρκεια

Παρουσίαση και εργαστήριο 2 ώρες  
 Εκπαιδευτική περιήγηση 3 ώρες

### Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

### Πόροι

- Βασικές γνώσεις μάρκετινγκ για την ερμηνεία και τους πολιτιστικούς χώρους και αξιοθέατα – Έχει όλο να κάνει με τους επισκέπτες (Marketing Basics for Interpretive & Heritage Sites and Attractions - It is all about the visitors)  
[https://www.researchgate.net/publication/237380301\\_Marketing\\_Basics\\_for\\_Interpretive\\_Heritage\\_Sites\\_and\\_Attractions\\_-\\_It's\\_all\\_about\\_the\\_visitors](https://www.researchgate.net/publication/237380301_Marketing_Basics_for_Interpretive_Heritage_Sites_and_Attractions_-_It's_all_about_the_visitors)
- Μελέτη Η.Ι.Σ.Α.: Μάρκετινγκ για χώρους κληρονομιάς (H.I.S.A. Study: Marketing of heritage sites)  
[http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HISA/HISA\\_Marketing\\_Heritage\\_sites.pdf](http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HISA/HISA_Marketing_Heritage_sites.pdf)
- Μάρκετινγκ για την πολιτιστική κληρονομιά (Cultural heritage marketing)  
<https://ijlass.org/data/frontImages/gallery/Vol. 2 No. 4/2.pdf>
- 57 όροι μάρκετινγκ που πρέπει να γνωρίζεις (57 Marketing Terms You Need to Know)  
<https://blog.influenceandco.com/50-marketing-terms-you-need-to-know>
- Το απόλυτο λεξικό ορολογίας μάρκετινγκ που θα πρέπει να γνωρίζεις (The Ultimate Dictionary of Marketing Terms You Should Know)  
<https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/>
- 8 βασικά στοιχεία για μία ολοκληρωμένη εταιρική ταυτότητα (8 Essential Elements to a Comprehensive Brand Identity)  
<https://www.visiblelogic.com/blog/8-essential-elements-to-a-comprehensive-brand-identity/>
- Πώς να επιλέξετε τα κανάλια μάρκετινγκ που αποφέρουν τα καλύτερα αποτελέσματα (How to Select Marketing Channels That Drive the Best Results)  
<https://learn.marsdd.com/article/what-is-marketing-communication-marcom/>



## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2:** Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση

#### Ορολογία / θέμα

Μάρκετινγκ, στρατηγικές μάρκετινγκ, προώθηση πωλήσεων, κοινό απεύθυνσης, τοποθεσίες κληρονομιάς, ερμηνεία κληρονομιάς, μάρκετινγκ πολιτιστικής κληρονομιάς.

#### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Αυτή η δραστηριότητα αποτελεί την εφαρμογή της θεωρίας που διδάχτηκε στην Δραστηριότητα 1:

- Καθορισμός στόχου / κεντρικού θέματος (συζήτηση γύρω από διαφορετικά θέματα και προσαρμογή τους σε υλικό μάρκετινγκ).
- Διαδικασία «αναζήτησης θησαυρού».

#### Περιγραφή

Η δραστηριότητα αποτελείται από:

**ΒΗΜΑ 1:** Ανάπτυξη θεμάτων που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν σε μελλοντικές διαδικασίες προώθησης πωλήσεων.

Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη προσοχή στην ανάπτυξη των θεμάτων της καμπάνιας.

Εδώ παρουσιάζονται ορισμένα παραδείγματα αξιοθέατων τα οποία μπορεί να αποτελούν μέρος μιας περιήγησης.

Φωτογραφίες:

1. Η αυλή της εκκλησίας Μοναστηρίου Σταυρουπόλεως, Βουκουρέστι.
2. Η ακρόπολη του Corte στην Κορσική.
3. Ο καθεδρικός του Split.
4. Το παλάτι της Κνωσσού, Κρήτη.
5. Κεραμικά από τον αρχαίο Φάρο, Stari Grad, Hvar.

Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να καταδεικνύει την διαδικασία της επιλογής θεμάτων.



## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση



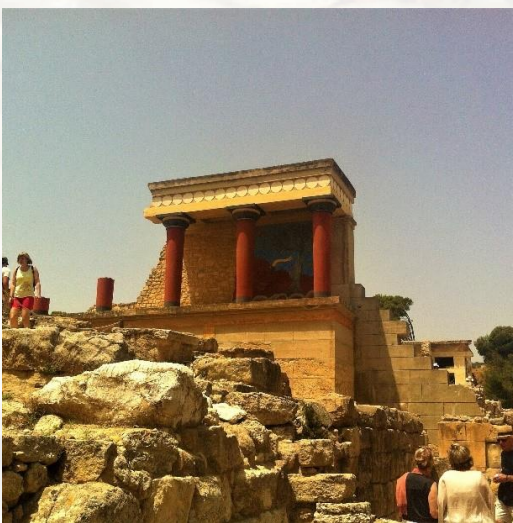
1.



2.



3.



4.



5.

Φωτογραφίες από Vesna Bulić Baketić



Harbor Heritage Story Telling

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



## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση

Τα θέματα μπορούν να επιλεγούν από την άυλη κληρονομιά ή από τον σύγχρονο πολιτισμό: 1. Ένα πιάτο από την Bastia, Corsica, 2. Η προετοιμασία ενός παραδοσιακού πιάτου από την Δαλματία, 3. Η παραδοσιακή τοιχοποιία της Δαλματίας, 4. Ο τρόπος ζωής μέσα στην περιοχή του παλατιού του Split.



1.



2.



3.



4.

Σχολιάστε και προβληματιστείτε για την επιλογή των θεμάτων και παρέχετε τα δικά σας παραδείγματα.

Φωτογραφίες από Vesna Bulić Baketić



Harbor Heritage Story Telling

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



## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση

#### **ΒΗΜΑ 2:** Σχολιάστε και συζητήστε για το νόημα του «κυνηγού θησαυρού».

- Ένα πρόσωπο με αναπτυγμένη/εξασκημένη ικανότητα να αναγνωρίζει ενδιαφέροντα στοιχεία και να τα μετατρέπει σε αφετηρία δράσεων και πρωτοβουλιών για την προώθηση προϊόντων.
- Ένα πρόσωπο ικανό να απεριθμεί σχετικές και ενδιαφέρουσες πληροφορίες και διάφορες λεπτομέρειες που θα γίνουν μέρος των προωθητικών δράσεων (μία ενδιαφέρουσα ιστορία για το φυλλάδιο, ανάρτηση σε κοινωνικά δίκτυα, σλόγκαν, φωτογραφίες/πληροφορίες για μία διαφήμιση, κλπ.).
- Ένα πρόσωπο με επαρκή αυτοπεποίθηση και δημιουργικότητα για την δημιουργία ενδιαφέροντος περιεχομένου. Κλπ.

#### **ΒΗΜΑ 3:** Σχολιάστε και συζητήστε πώς να γίνετε «κυνηγοί θησαυρού».

- Αναζητήστε υλικά (βιβλία, ιστορίες, άρθρα, μουσική, κλπ.).
- Προσδιορισμός στοιχείων που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως διαφορετικό θέμα (π.χ., σε ένα τοπικό ξενοδοχείο έζησε κάποια στιγμή ένα διάσημο πρόσωπο, μία ενδιαφέρουσα ανάρτηση στο facebook και φωτογραφία του ξενοδοχείου).
- Συναντήστε και συζητήστε με ντόπιους. Κλπ.

#### **ΒΗΜΑ 4:** Ελέγξτε το δικό σας κεντρικό θέμα.

Εξασκηθείτε στην ανάπτυξη του δικού σας θέματος και παρέχετε όσο γίνεται περισσότερες σχετικές λεπτομέρειες.

Προκειμένου να είστε επιτυχημένοι/αποδεκτοί το θέμα θα πρέπει:

- Να συνδέεται με κάποια εμπειρία του επισκέπτη.
- Να προκαλεί την περιέργεια και την αναζήτηση.
- Να προκαλεί απήχηση και συμμετοχή.
- Να παρουσιάζει μία πληρότητα παρά ένα μέρος – ένα πανανθρώπινο μήνυμα.

Ο εκπαιδευτής επιλέγει παραδείγματα από υπάρχουσες περιηγήσεις και δημιουργεί πραγματικά υλικά για την προώθησή τους.

Παραδείγματα υφιστάμενων θεμάτων:



ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης  
4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση



Φωτογραφία: Vesna Bulić Baketić

Θέμα: Το παλάτι του Διοκλητιανού στο Split οικοδομήθηκε ως τόπος απόσυρσης του αυτοκράτορα ο οποίος παραιτήθηκε και αποσύρθηκε για να περάσει το γήρας στην πατρογονική γη.

- Στην συνέχεια το παλάτι αναπτύχθηκε σε πόλη.
- Ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες.
- Δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης.
- Μπορεί να μετατραπεί σε αναρτήσεις και ποικιλία θεματικών περιεχομένων.



## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2:** Οι δραστηριότητες προώθησης πωλήσεων (marketing) ως διαδικασία «αναζήτησης θησαυρού» - Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση



Φωτογραφία: Vesna Bulić Baketić

Θέμα: Οι ψαράδες από το παλιό Split.

- Η χρονική περίοδος.
- Πηγές (αρχεία, βιβλιοθήκες, μουσεία, φωτογραφίες, προφορική παράδοση).
- Επιλογή των πλέον χαρακτηριστικών και ενδιαφερόντων λεπτομερειών.
- Δημιουργία αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα, σε μπλογκ, καμπάνιες, σειρά διαλέξεων.



Harbor Heritage Story Telling

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





## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2:** Οι δραστηριότητες προώθησης πωλήσεων (marketing) ως διαδικασία «αναζήτησης θησαυρού» - Η ερμηνεία της κληρονομιάς στην υπηρεσία του μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση

#### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο.

#### Απαιτούμενα υλικά

- Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint
- Πίνακας
- Έντυπα υλικά

#### Διάρκεια

Παρουσίαση και εργαστήριο, 2 ώρες.

#### Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

#### Πόροι

- Προστατεύοντας την κληρονομιά μας και ενισχύοντας την δημιουργικότητα (Protecting Our Heritage and Fostering Creativity)

<https://en.unesco.org/themes/protecting-our-heritage-and-fostering-creativity>

- 10 Θέματα για εξερεύνηση κατά το Ευρωπαϊκό Έτος Πολιτιστικής Κληρονομιάς 2018 (10 Themes to Explore During European Year of Cultural Heritage 2018)

<https://www.europeanheritagedays.com/EHD-Programme/Press-Corner/News/10-Themes-to-Explore-During-European-Year-of-Cultural-Heritage-2018>

- Πολιτισμός και δημιουργικότητα (Culture and Creativity)

<https://ec.europa.eu/culture/hr/policies/selected-themes/kulturna-bastina>



**ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης**  
**4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ**

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Επικοινωνία και Μάρκετινγκ**

Είδος: Πρακτική άσκηση

**Ορολογία / θέμα**

Επικοινωνία, επικοινωνιακές δεξιότητες, μάρκετινγκ.

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Προφορική επικοινωνία και διαπροσωπικές ικανότητες.
- Αρμοδιότητα στην επικοινωνία και την αφήγηση ιστοριών.
- Παραγωγή πρωτότυπης παρουσίασης προσαρμοσμένης στο πλαίσιο και το περιεχόμενο του προϊόντος.
- Γνώση διαχείρισης διαδικτυακών σχολίων και κοινοτήτων.

**Περιγραφή**

**ΒΗΜΑ 1:** Συζητήστε για την σημασία των παρακάτω:

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να συζητήσει για πολλά θέματα:

- Μηνύματα μάρκετινγκ.
- Αποτελεσματικές ικανότητες επικοινωνίας.
- Η αρμοδιότητα της επικοινωνίας και της αφήγησης ιστοριών.
- Προφορική επικοινωνία και διαπροσωπικές ικανότητες.
- Παραγωγή πρωτότυπων παρουσιάσεων.

**ΒΗΜΑ 2:** Αφηγηθήτε την δική σας ιστορία μπροστά στην ομάδα.

Επιλέξτε ένα θέμα από τις δικές σας εμπειρίες ή μια ταξιδιωτική ιστορία και προσπαθήστε να την αναπαράγετε με έναν ενδιαφέροντα και ελκυστικό τρόπο. Επιδιώξτε να είναι η αφήγηση σύντομη και απλή, το πολύ μέσα σε 10 λεπτά.

**ΒΗΜΑ 3:** Δεχτείτε ερωτήσεις και σχόλια.

- Προσπαθήστε να τα διαχειριστείτε κατάλληλα, ακόμα και όταν έχουν αρνητική χροιά.
- Η ομάδα θα πρέπει να σχολιάσει οτιδήποτε την ενόχλησε, ή δεν απαντήθηκε, ή δεν ήταν ενδιαφέρον, κλπ. (όπως κάνουν στην πραγματικότητα ορισμένοι επισκέπτες).

**ΒΗΜΑ 4:** Εκφράστε τον προβληματισμό σας μαζί με τον εκπαιδευτή.

Ο εκπαιδευτής μπορεί να εστιάσει:

- Στις αποτελεσματικές ικανότητες επικοινωνίας στην μορφή προσωπικής αλληλεπίδρασης και ομαδικής επικοινωνίας. Τα γραπτά και οπτικά μηνύματα είναι σημαντικά εφόδια για έναν πετυχημένο μαρκετίστα.
- Στην προφορική επικοινωνία, τις χειρονομίες και τα μηνύματα που πρέπει να προσαρμόζονται σύμφωνα με τις δραστηριότητες.
- Στην συμπεριφορά προς το κοινό, την προφορική επικοινωνία και τις διαπροσωπικές δεξιότητες.



## ΜΑΘΗΜΑ 4: Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης

### 4.1: Προσδιορίστε τις προτεραιότητές σας και δημιουργήστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3: Επικοινωνία και Μάρκετινγκ

Είδος: Πρακτική άσκηση

#### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο.

#### Απαιτούμενα υλικά

Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint.  
Έντυπο υλικό.  
Υλικά σχεδίασης.

#### Διάρκεια

2 ώρες

#### Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

#### Πόροι

- 15 κρίσιμες επικοινωνιακές δεξιότητες για τους ψηφιακούς μαρκετίστες (15 Essential Communication Skills for Digital Marketers) <https://www.searchenginejournal.com/digital-marketing-communication-skills/406380/#close>
- Η συνταγή για μία πολύ καλή επικοινωνία (The Recipe for Great Communication) <https://www.youtube.com/watch?v=qFWsTsvJ8Xw>
- 10 εμπόδια στην αποτελεσματική επικοινωνία (10 Barriers to Effective Communication) <https://www.youtube.com/watch?v=slq1nAhZuqE&list=RDLVI6IAhXM-vps&index=1>

<b>Μάθημα 4</b> <b>Κεφάλαιο 4.2</b>	<b>Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης</b>  <b>Δημιουργία μιας οπτικής ταυτότητας</b>
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	Τουριστικοί πράκτορες, σχεδιαστές και διαφημιστές τουριστικών προϊόντων
<b>Στόχοι</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δημιουργία της εικονικής ταυτότητας</li> <li>• Δημιουργία περιεχομένου (προωθητικών υλικών) για ποικιλία μέσων (κοινωνικά δίκτυα, ιστότοποι, εφημερίδες)</li> </ul>
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γνώση για το πώς να εντοπίζετε τα πιο κατάλληλα στοιχεία τα οποία θα αποτελέσουν μέρος της οπτικής ταυτότητας. Επιλογή των ξεχωριστών στοιχείων για την οπτικοποίηση, ανατρέχοντας σε ιστορίες, φωτογραφίες, και άλλα στοιχεία της κληρονομιάς. Συνεργασία με γραφίστες.</li> <li>• Έρευνα για τα χαρακτηριστικά των διαφόρων μέσων και γνώση του πώς να προσαρμόζεται το περιεχόμενο για το κάθε ένα.</li> <li>• Επιθυμία να ξεδιπλώσετε την ιστορία σας και το μήνυμα για την κληρονομιά μέσα από γραφιστικά στοιχεία και άλλες οπτικοποιήσεις. Ανάγκη να μεταφέρετε το μήνυμα και την γνώση σε έναν μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων.</li> <li>• Ικανότητα προσαρμογής του περιεχομένου (υλικά προώθησης) σε διάφορα μέσα με την πρόθεση να εξαχθεί το καλύτερο αποτέλεσμα από κάθε προωθητικό κανάλι.</li> </ul>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	7 ώρες
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	Οπτική ταυτότητα, γραφιστική, κοινωνικά μέσα, περιεχόμενο
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Η οπτική ταυτότητα είναι ένα απαραίτητο επικοινωνιακό στοιχείο για την δημοσιοποίηση ενός έργου, μιας προσέγγισης, ενός προϊόντος το οποίο θέλουμε να εκθέσουμε. Είναι ένα μίγμα γραφιστικών στοιχείων τα οποία καθορίζουν την ταυτοποίησή του.</p> <p>Αυτό το Κεφάλαιο θα αναφερθεί στα παρακάτω:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ποια είναι τα διάφορα στοιχεία τα οποία αποτελούν την οπτική ταυτότητα;</li> <li>• Πώς να τα εφαρμόσετε;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Πώς να εφαρμόσετε την οπτική ταυτότητα στα διάφορα επικοινωνιακά εργαλεία;</li></ul>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p>Η οπτική ταυτότητα αποτελεί μέρος μιας επικοινωνιακής επιδίωξης. Καθιστά εφικτή την ταυτοποίηση, αναγνώριση μιας οντότητας, η οποία θα μπορούσε να είναι:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Μία εταιρεία,</li><li>• Ένας οργανισμός,</li><li>• Το μπραντ ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας,</li><li>• Ένα έργο,</li><li>• Ένας προορισμός, κλπ.</li></ul> <p>Η οπτική ταυτότητα παρουσιάζεται με την μορφή ενός συνόλου εικόνων οι οποίες πρέπει να μεταφέρουν τις αξίες, τους στόχους, τα μηνύματα τα οποία εκφράζουν την οντότητα και τα οποία επιθυμεί να διαδώσει, κυρίως μέσα από τα κανάλια επικοινωνίας (μέσα επικοινωνίας, κοινωνικά δίκτυα, κλπ.).</p> <p>Σήμερα όλες οι φίρμες είναι αναγνωρίσιμες εξαιτίας μιας οπτικής ταυτότητας η οποία αποτελείται τις περισσότερες φορές, από ένα λογότυπο, ένα μήνυμα, μία μουσική, τα οποία αναμεταδίδονται καταϊγιστικά μέσω διαφημίσεων.</p> <p>Η δημιουργία μιας οπτικής ταυτότητας περιλαμβάνει την συμμετοχή των εκπροσώπων, των ιδρυτών της οντότητας ή τους εμπνευστές της ιδέας: πώς επιθυμούν να την παρουσιάσουν και να την κωδικοποιήσουν, μέσω ποίου συνόλου εικόνων θα σχηματίσουν το μήνυμα που θα μεταδοθεί.</p> <p>Αυτές οι εικόνες μπορούν να έχουν διάφορες πτυχές: φόρμες, σήματα, σύμβολα, τυπογραφικά στοιχεία, χρώματα, κλπ.</p> <p>Στην συνέχεια θα χρησιμοποιηθούν σε διαφορετικά μέσα όπως διάφορα υλικά, φυλλάδια, αφίσσες, αντικείμενα, ή για την διαμόρφωση εργαλείων πολυμέσων (ιστοσελίδες, κοινωνικά δίκτυα).</p> <p>Η γραφιστική είναι επίσης ειδικότητα των επαγγελματιών μάρκετινγκ και γραφιστών τους οποίους προσλαμβάνουν οι εταιρείες για να δημιουργήσουν τα διάφορα στοιχεία που συνθέτουν την οπτική τους ταυτότητα.</p> <p>Κυρίως όμως, η δημιουργία μιας οπτικής ταυτότητας πρέπει να σέβεται ορισμένα βήματα προκειμένου να είναι συνεπής:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Προπαρασκευή γραφιστικού σχεδιασμού,</li><li>2. Γραφιστικός σχεδιασμός,</li><li>3. Εφαρμογή,</li></ol> <p>Κατά την <b>προπαρασκευή του γραφιστικού σχεδιασμού</b> προσδιορίζονται με ακρίβεια τα στοιχεία τα οποία θα εκπροσωπήσουν την οντότητα. Για να γίνει αυτό θα πρέπει να τεθούν ορισμένα ερωτήματα:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ποια είναι η δομή, το έργο, ποιοι είναι οι στόχοι και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, και ποια είναι τα διαθέσιμα μέσα για την επίτευξή τους;</li><li>• Ποιος είναι ο επαγγελματικός τομέας, ποια είναι η αγορά στην οποία θέλετε να απευθυνθείτε, ποιοι είναι το κοινό απεύθυνσης, το πελατολόγιο που θέλετε να προσεγγίσετε;</li></ul>



Είναι επομένως απαραίτητο να συγκεντρώσετε ένα σύνολο πληροφοριών για την οντότητα, και, στην συνέχεια να γνωρίζετε πώς να τις μορφοποιήσετε.

Στην περίπτωση ενός τουριστικού προϊόντος, αυτό προϋποθέτει την συλλογή όλων των στοιχείων που το αποτελούν:

- Ποιοι είναι οι δημιουργοί, ιδρυτές ή σχεδιαστές;

*Επαγγελματίες στον τουρισμό, ξεναγοί, επαγγελματίες στην προώθηση περιοχών, ενδιαφερόμενοι πολίτες, κλπ..*

- Ποιο είναι το είδος της δομής;

*Μία τουριστική επιχείρηση, ένας δημόσιος φορέας προώθησης του τουρισμού, μία επαγγελματική ένωση, κλπ.*

- Τί προσφέρει, ποιο είναι το τουριστικό προϊόν;

*Μία επίσκεψη σε μία τοποθεσία, μία τοποθεσία, ένας αστικός περίπατος, μία επιμορφωτική, αθλητική ή φυσική δραστηριότητα, κλπ.*

- Ποιοι είναι οι στόχοι;

*Η δημιουργία μίας τουριστικής δραστηριότητας που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των τουριστών, η ευαισθητοποίηση για τα χαρακτηριστικά της περιοχής, η ενίσχυση της γνωστής ή ξεχασμένης κληρονομιάς, κλπ.*

- Ποια είναι τα αποτελέσματα που πρέπει να επιτευχθούν;

*Η αύξηση του αριθμού των τουριστών ή του κύκλου εργασιών, η προώθηση μιας δραστηριότητας, μίας τοποθεσίας, η μεταφορά γνώσεων, κλπ.*

- Ποιαν αγορά στοχεύει το προϊόν;

*Την αγορά του βιώσιμου τουρισμού, του οικολογικού τουρισμού, του τουρισμού ανακάλυψης, κλπ.*

- Σε ποιους απευθύνεται;

*Στους νέους, σε οικογένειες, στους κατοίκους, στον εγχώριο τουρισμό, στους τουρίστες κρουαζιέρας, κλπ.*

Αυτές οι ερωτήσεις δίδονται ως παραδείγματα. Δεν υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος κατάλογος ερωτήσεων.

Σκοπός είναι να τεθεί σε εφαρμογή μία προσέγγιση η οποία θα κάνει εφικτή την συλλογή όλων των αναγκαίων στοιχείων για τον προσδιορισμό της ταυτότητας στην μορφή ενός συνόλου προδιαγραφών.

Αυτές οι προδιαγραφές περιλαμβάνουν τα δύο πρωταρχικά μέρη:

1. Δομή, έργο, στόχοι, αποτελέσματα και μέσα
2. Επαγγελματικός τομέας, αγορά, κοινό απεύθυνσης, πελατολόγιο

Για κάθε μέρος, θα πρέπει να παρέχεται ένα σύνολο απαντήσεων.

**Ο γραφιστικός σχεδιασμός** είναι το αποτέλεσμα της ανάλυσης όλων αυτών των προδιαγραφών. Εξερευνά όλες τις ιδέες και τις αναπαραστάσεις οι οποίες θα δώσουν ζωή σε όλα τα γραφιστικά στοιχεία που θα αποτελέσουν την σηματοδότηση της οντότητας στην μορφή:



the output of the analysis of these specifications. It explores the ideas and representations that will give life to all the graphic elements that will constitute the entity's signage in the form of:

- Του λογότυπου
- Των τυπογραφικών στοιχείων
- Του χρωματικού συνόλου
- Του λεκτικού μηνύματος (σλόγκαν), κλπ.

Ενεργοποιούν την αναγνώριση και την κατανόηση του μηνύματος, της αφηγηματικής αξίας την οποία η οντότητα θέλει να μεταδώσει μέσα από τα διάφορα μέσα τα οποία θα παραχθούν σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά των στόχων και της αγοράς.

Για παράδειγμα, η οπτική ταυτότητα θα διαφέρει μεταξύ του μαζικού τουρισμού και του τουρισμού στην φύση.

Τα χαρακτηριστικά της οπτικοποίησης μπορεί να είναι ως εξής:

- Μία εικόνα, ένα αντικείμενο, ένα μέρος του λογότυπου (το μήλο της Apple).
- Ένα κείμενο, ένα συνδυαστικό σλόγκαν (το "Just Do It" της Nike).
- Ένα χρώμα (το κόκκινο της Ferrari).
- Ένα τυπογραφικό στοιχείο (τα τυπογραφικά στοιχεία Futura της IKEA).
- Μία ειδική καλλιγραφία (της Coca Cola).

Η υλοποίηση αυτών των στοιχείων ανατίθεται σε έναν ειδικό της επικοινωνίας, του μάρκετινγκ και της γραφιστικής στο αντικείμενο της εταιρικής ταυτότητας και της διαμόρφωσης προφίλ.

Η εταιρική ταυτότητα και ο οδηγός προφίλ αποτελούν μία εξαντλητική συλλογή χαρακτηριστικών τα οποία εκπροσωπούν την οντότητα, προκειμένου να αποκτήσει μία ομοιογενή εικόνα σε κάθε παρουσίαση. Αποτελεί ένα σύνολο συγκεκριμένων προτύπων τα οποία πρέπει να τηρούνται. Καθιστά έτσι, εφικτή την ανάπτυξη μιας τυποποιημένης θεσμικής εικόνας όποιο και αν είναι το μέσο (ταμπέλα, εταιρικό έντυπο, εκθέσεις, διαφήμιση, στολές, οχήματα, εγκαταστάσεις, κλπ.).

**Η εφαρμογή** βασίζεται στα στοιχεία και τις ενδείξεις της εταιρικής ταυτότητας και του οδηγού προφίλ τα οποία θα απαντώνται στα διάφορα μέσα επικοινωνίας που θα έχουν επιλεγεί, τόσο εσωτερικά, μέσα στις λειτουργίες της οντότητας, όσο και εξωτερικά στην αγορά και το κοινό απεύθυνσης.

Θα είναι βοηθητικό να παραμείνει η επικοινωνία συνεπής σε όλα τα επικοινωνιακά μέσα.

Η εταιρική ταυτότητα και ο οδηγός στυλ μπορούν και πρέπει να αλλάζουν. Με την πάροδο του χρόνου, μία οντότητα μεταβάλλεται, ισχυροποιείται, παίρνει νέες κατευθύνσεις και η οπτική της ταυτότητα αλλάζει.

**Ας δούμε το παράδειγμα της οπτικής ταυτότητας** του έργου Migrantour:

Το έργο Migrantour είχε σκοπό την ανάπτυξη περιηγήσεων βασισμένων στην ιστορία των μεταναστών σε διάφορες πόλεις της Ευρώπης. Υλοποιήθηκε από ανθρώπους με μεταναστευτικό υπόβαθρο αφού εκπαιδεύτηκαν στο πλαίσιο της συγκεκριμένης προσέγγισης.



Το λογότυπο παρουσιάζει μία πεταλούδα της οποίας τα φτερά είναι δύο πρόσωπα. Επιλέχθηκε επειδή τα μέλη του έργου αναζητούσαν μία ευγενική, ήπια μορφή που να παραπέμπει σε διάλογο, σε ανταλλαγή μεταξύ των ανθρώπων: ένας διαπολιτισμικός ξεναγός που ασχολείται με την ιστορία της μετανάστευσης και ένας τουρίστας.

Το λογότυπο συνδυάστηκε με το επεξηγηματικό μήνυμα “διαπολιτισμικές αστικές διαδρομές”.

Για κάθε πόλη-εταίρο σχεδιάστηκε με μία αναφορά στην τοποθεσία.



Σε κάθε πόλη, η εταιρική ταυτότητα και ο οδηγός συλ προσαρμοζόταν για την διάδοση των διαπολιτισμικών περιηγήσεων.

Στην περίπτωση του Migrantour Marseille, οι περιηγήσεις σχετίζονταν με μία εμβληματική εικόνα της εκάστοτε τοποθεσίας και ένα μήνυμα κοινό για όλες τις περιηγήσεις, “μία ασυνήθιστη ματιά στην πόλη μας την Μασσαλία” αναφερόμενο στις πρώτες ξένες επιδράσεις στην αφετηρία της δημιουργίας της πόλης της Μασσαλίας.



**Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες**

*Δραστηριότητα 1. Δημιουργία οπτικής ταυτότητας 1 – μάθετε τα βασικά*

*Δραστηριότητα 2. Δημιουργία οπτικής ταυτότητας 2 – δημιουργήστε την δική σας οπτική ταυτότητα με εφαρμογές που θα βρείτε δωρεάν*

**Προετοιμασία**

**Παραδείγματα οπτικής ταυτότητας αστικών περιηγήσεων**

<http://www.mygrantour.org/fr/>





	<p><a href="https://www.hoteldunord.coop/en/welcome/">https://www.hoteldunord.coop/en/welcome/</a> <a href="https://lesoiseauxdepassage.coop/">https://lesoiseauxdepassage.coop/</a></p>
<p><b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b></p>	<p><b>Πώς να δημιουργήσετε μία οπτική ταυτότητα</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=n8KoAHCwnMQ">https://www.youtube.com/watch?v=n8KoAHCwnMQ</a></p> <p><b>Παραδείγματα εξαιρετικών παρουσιάσεων</b> <a href="https://24slides.com/presentbetter/unique-presentation-examples-that-will-inspire-you">https://24slides.com/presentbetter/unique-presentation-examples-that-will-inspire-you</a></p> <p><b>Οι δέκα σημαντικότερες επικοινωνιακές δεξιότητες που θα πρέπει να γνωρίζετε</b> <a href="https://hubworks.com/blog/ten-communication-skills-every-young-professional-needs-to-know.html">https://hubworks.com/blog/ten-communication-skills-every-young-professional-needs-to-know.html</a></p> <p><b>Πώς να δημιουργήσετε ένα λογότυπο</b> <a href="https://www.canva.com/create/logos/">https://www.canva.com/create/logos/</a></p> <p><b>Τί είναι ο εννοιολογικός χάρτης και πώς να δημιουργήσετε έναν</b> <a href="https://www.lucidchart.com/blog/how-to-make-a-concept-map">https://www.lucidchart.com/blog/how-to-make-a-concept-map</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8XGQGhli0IO">https://www.youtube.com/watch?v=8XGQGhli0IO</a></p>

Είδος: Πρακτική άσκηση

## Ορολογία / θέμα

Οπτική ταυτότητα, απεικονίσεις, λογότυπο, εταιρική ταυτότητα, αφήγημα του brand.

## Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Εκπαίδευση στην αναγνώριση των πλέον κατάλληλων στοιχείων για την σύνθεση της οπτικής ταυτότητας. Αναζήτηση μέσα σε ιστορίες, φωτογραφίες, στοιχεία της κληρονομιάς, κλπ., με στόχο την συλλογή ιδιαίτερων στοιχείων που θα ενταχθούν στις απεικονίσεις.
- Συνεργασία με γραφίστες.
- Έρευνα για τις ιδιότητες των διαφόρων μέσων και ικανότητα προσαρμογής του περιεχομένου για το καθένα.

## Περιγραφή

Τί είναι η οπτική ταυτότητα;

Οπτική ταυτότητα είναι όλες οι εικόνες και οι γραφικές απεικονίσεις οι οποίες εκφράζουν ποιό είναι το brand και πώς διαφοροποιείται από όλα τα άλλα. Με λίγα λόγια, περιγράφει στιδήποτε είναι σε θέση να δει ο πελάτης, από το λογότυπο μέχρι την εσωτερική διακόσμηση ενός καταστήματος.

**ΒΗΜΑ 1:** Προσδιορίστε τον σκοπό της οπτικής ταυτότητας.

- Για να δημιουργήσετε μια συναισθηματική εντύπωση στους θεατές.
- Για να ενημερώσετε τους θεατές για την φύση του brand και τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα που προσφέρονται.
- Για να ενοποιήσει τις πολλές διαφορετικές πτυχές μιας επιχείρησης μέσα από την συνέπεια των οπτικών μέσων.

**ΒΗΜΑ 2:** Συζητήστε τα βασικά στοιχεία για την ανάπτυξη μιας οπτικής ταυτότητας.

Ο εκπαιδευτής καθοδηγεί τους σπουδαστές μέσω των παρακάτω διατυπώσεων, ώστε να συνδέσουν αυτά τα στοιχεία με οπτικές εκφράσεις. Προσδιορισμός των βασικών στοιχείων που συνθέτουν την βάση μιας οπτικής ταυτότητας.

- Σαφής διατύπωση του σκοπού.
- Κατανόηση των στόχων του έργου.
- Προσδιορισμός των συμβόλων και των απεικονίσεων που συνδέονται με την διατύπωση/στόχους – δείτε τα παρακάτω παραδείγματα.
- Η επιτυχής δημιουργία μιας ταυτότητας απαιτεί: απλότητα και σαφή σύνδεση του στόχου με το σύμβολο.
- Διατύπωση της αποστολής, προσδιορισμό του στόχου.
- Προσδιορισμό των ιδιαίτερων στοιχείων του έργου ή του προϊόντος που θα εφαρμοστούν στις απεικονίσεις.
- Προσδιορισμός σχημάτων, γραμματοσειρών και χρωματικής παλέτας.
- Συνεργασία με τον γραφίστα



## Είδος: Πρακτική άσκηση

- Ανάπτυξη του λογότυπου και της οπτικής ταυτότητας για διαφορετικά μέσα.
- Δημιουργία του περιεχομένου ακολουθώντας τις προϋποθέσεις της οπτικής ταυτότητας.

**ΒΗΜΑ 3:** Συζητήστε για την διαφορά μεταξύ οπτικής ταυτότητας και ταυτότητας brand.

- Η ταυτότητα brand αποτελεί μια συνολική έκφραση όλων όσων κάνουν το brand αυτό που είναι. Περιλαμβάνει την οπτική ταυτότητα μαζί με μη οπτικά στοιχεία, όπως μία συγκεκριμένη φωνή, συγκεκριμένες κατευθύνσεις στην επεξεργασία του κειμένου, μία δήλωση της αποστολής, βασικές αξίες, κλπ.
- Η ταυτότητα brand επιβλέπεται κυρίως από τους μαρκετίστες, ενώ η οπτική ταυτότητα περιλαμβάνει σχεδιαστές και καλλιτεχνικούς διευθυντές.

**ΒΗΜΑ 4:** Ανάλυση και εξάσκηση. Λίγα παραδείγματα για ένα έργο:

N1 – related to tourism map and harbor



Harbor Heritage Story Telling

N2. The wave reminding sea and communication (story telling)



Harbor Heritage Story Telling

N.3 Urchin 'skeleton', testimony of the seashore, and add to the project title as a "speech balloon" (story telling)



Harbor Heritage  
Story Telling

N.4 The rope: symbol of harbor, design as links and roads ("tours")



Κάθε ένα από τα προτεινόμενα λογότυπα περιείχε το δικό του μήνυμα:

- Τουριστικός χάρτης και λιμάνι.
- Κύμα-θάλασσα και επικοινωνία (αφήγηση ιστοριών).
- Καβούκι αχινού, μαρτυρίες για την ακτή (σύννεφα διαλόγων κόμιξ, αφήγηση ιστοριών).
- Σχοινί, σύμβολο του λιμανιού, σύνδεσμοι και διαδρομές (περιηγήσεις).

Το μήνυμα των λογότυπων που συνδέεται με το κυρίως έργο περιγράφει:

Harbor Heritage Story Telling, για την ανάπτυξη πολιτιστικών περιηγήσεων ανακαλύψεων σε λιμάνια της Μεσογείου, με την υποστήριξη των τοπικών κοινωνιών.



Harbor Heritage Story Telling

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



## Είδος: Πρακτική άσκηση

## Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο.

## Απαιτούμενα υλικά

- Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint.
- Έντυπα υλικά / υλικά σχεδίασης.

## Διάρκεια

2 ώρες

## Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

## Πόροι

- Πώς να αφηγηθείτε την ιστορία του brand σας (και επιπλέον εντυπωσιακά παραδείγματα) (How to Tell Your Brand Story (Plus Awesome Examples))  
<https://www.columnfivemedia.com/how-to-tell-a-brand-story>
- Πώς να δημιουργήσετε μία οπτική ταυτότητα για ένα brand: 4 βασικά στοιχεία και 5 βέλτιστα παραδείγματα (How to Create a Brand Visual Identity: 4 Key Elements + 5 Best Examples)  
<https://www.designrush.com/trends/brand-visual-identity>
- Οικοδομώντας την απεικόνιση του brand σας (Building Out Your Visual Brand)  
<https://blogs.spectrio.com/building-out-your-visual-brand>

## Είδος: Πρακτική άσκηση

## Ορολογία / θέμα

Οπτική ταυτότητα, απεικονίσεις, λογότυπο, εταιρική ταυτότητα, αφήγημα του brand.

## Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Εκπαίδευση στην αναγνώριση των πλέον κατάλληλων στοιχείων για την σύνθεση της οπτικής ταυτότητας. Αναζήτηση μέσα σε ιστορίες, φωτογραφίες, στοιχεία της κληρονομιάς, κλπ., με στόχο την συλλογή ιδιαίτερων στοιχείων που θα ενταχθούν στις απεικονίσεις.
- Συνεργασία με γραφίστες.
- Έρευνα για τις ιδιότητες των διαφόρων μέσων και ικανότητα προσαρμογής του περιεχομένου για το καθένα.
- Δημιουργία βασικών οπτικών υλικών.

## Περιγραφή

Αυτή η δραστηριότητα αποτελείται από:

**ΒΗΜΑ 1:**

Εισαγωγή σε βασικές γνώσεις της γραφιστικής (δωρεάν και φιλικά προς τον χρήστη προγράμματα)

[www.canva.com](http://www.canva.com)

[www.adobe.com](http://www.adobe.com)

[www.crello.com](http://www.crello.com)

**ΒΗΜΑ 2:**

Εργαστήριο (σκεφτείτε τον τίτλο και τον στόχο ενός έργου, προτείνετε για αυτό τουλάχιστον δύο εκδοχές για μία οπτική ταυτότητα, και, συγκρίνετε και σχολιάστε τα μαζί με τους υπόλοιπους εκπαιδευόμενους).

- Σκεφτείτε τον τίτλο και τον στόχο ενός έργου, επανέλθετε και σκεφτείτε θέματα από την πολιτιστική κληρονομιά.
- Προτείνετε τουλάχιστον δύο εκδοχές για την οπτική ταυτότητα (προτείνετε γραμματοσειρά, βασική χρωματική παλέτα, εικόνες).
- Χρησιμοποιήστε τις κατευθύνσεις από την προηγούμενη δραστηριότητα.
- Συγκρίνετε και σχολιάστε μαζί με τους υπόλοιπους εκπαιδευόμενους.
- Χρησιμοποιήστε κάποια από τα προγράμματα γραφιστικής.
- Αναλύστε τα αποτελέσματα χρησιμοποιώντας τις θεωρητικές κατευθύνσεις από την προηγούμενη δραστηριότητα.



## Είδος: Πρακτική άσκηση

## Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο.

## Απαιτούμενα υλικά

- Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint.
- Έντυπα υλικά / υλικά σχεδίασης / πίνακας.

## Διάρκεια

3 ώρες

## Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

## Πόροι

- Ξεκινώντας στην γραφιστική (Beginning Graphic Design)  
<https://www.youtube.com/watch?v=YqQx75OPRa0>
- Τάσεις στην γραφιστική, 2021 (Graphic Design Trends 2021)  
<https://www.youtube.com/watch?v=2xc9YKdILW0>
- Πέντε χρυσοί κανόνες για μίνιμαλ γραφιστική (5 Golden Rules of Minimal Graphic Design)  
<https://www.youtube.com/watch?v=2mO5DiX4ipU>
- Κανόνες σχεδίασης (Design principles)  
<https://www.youtube.com/watch?v=dGYCn9qYjUQ>

<b>Μάθημα 4</b> <b>Κεφάλαιο 4.3</b>	<b>Προώθηση και μάρκετινγκ μιας νέας περιήγησης</b> <b>Προσδιορισμός και ανάπτυξη καναλιών προώθησης</b>
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b>	Τουριστικοί πράκτορες, σχεδιαστές και διαφημιστές τουριστικών προϊόντων
<b>Στόχοι</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσδιορισμός των καναλιών προώθησης</li> <li>• Διάδοση των πληροφοριών</li> <li>• Διαχείριση δικτυακών κοινοτήτων</li> <li>• Κοινωνικά δίκτυα και ανάλυση λοιπών δεδομένων</li> </ul>
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	Έρευνα και ενεργητική μάθηση για τα κοινωνικά δίκτυα, διάδοση: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσαρμογή σε διάφορα μέσα, πώς να δημιουργήσετε περιεχόμενο για όλα τα είδη παρουσίασης περιεχομένου.</li> <li>• Εντοπίστε τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους για να χρησιμοποιήσετε αποτελεσματικά τα διαφορετικά κανάλια.</li> <li>• Προσαρμογή του περιεχομένου στα διαφορετικά μέσα με πρόθεση να αποκομίσουν τα καλύτερα αποτελέσματα από το κάθε κανάλι προώθησης.</li> <li>• Υποστήριξη της ανάλυσης μάρκετινγκ με αποτελέσματα ερευνών και αντιδράσεις του κοινού.</li> <li>• Προθυμία και ενδιαφέρον να προσεγγιστούν όσο γίνεται περισσότεροι άνθρωποι, από όσο γίνεται πιο διευρυμένο κοινό.</li> <li>• Προθυμία για εμβάθυνση στα διάφορα είδη επικοινωνίας, να τα γνωρίσει και να προσδιορίσει τις διάφορες σχέσεις μεταξύ των μορφών του περιεχομένου.</li> <li>• Να κάνει το περιεχόμενο κατάλληλο για διάφορα μέσα, με πρόθεση να αποσπάσει τα καλύτερα αποτελέσματα από κάθε κανάλι προώθησης.</li> <li>• Να μεταφέρει πληροφορίες και να ικανοποιήσει την επιθυμία και την περιέργεια.</li> </ul>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	7 ώρες
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	Κανάλια προώθησης, μέσα κοινωνικής δικτύωσης
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	Τα κοινωνικά δίκτυα είναι κρίσιμα για την επικοινωνία. Χρησιμοποιούνται από όλες τις εταιρείες και τους οργανισμούς για να προσφέρουν τα προϊόντα και τα έργα τους.



	<p>Έχουν δημιουργηθεί ακόμα και κανάλια επικοινωνίας χαμηλού κόστους για μικρές επιχειρήσεις και διευθυντές έργων με μικρούς προϋπολογισμούς.</p> <p>Σε αυτό το Κεφάλαιο παρουσιάζονται οι διάφοροι τύποι κοινωνικών δικτύων, τα χαρακτηριστικά τους καθώς και στοιχεία για να αναπτύξετε την δική σας επικοινωνία.</p>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p>Η ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων συνδέεται άμεσα με την άνοδο του διαδικτύου και των συνδεδεμένων συσκευών, φορητών υπολογιστών, tablets, smartphones, κλπ. Από την οπτική του μάρκετινγκ, ο όρος “κοινωνικά μέσα” αναφέρεται σε ένα σύνολο ιστοτόπων που επιτρέπουν σε κάποιον να διαμορφώσει ένα δίκτυο φίλων, επαγγελματικών συνεργατών για την ανταλλαγή πληροφοριών, μηνυμάτων, φωτογραφιών, βίντεο, χάρη στα διαδραστικά εργαλεία και εφαρμογές, παρουσίασης και επικοινωνίας.</p> <p>Η μεγάλη αναγνώριση του κοινού για τα βασικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα έχει καταστήσει κρίσιμα μέσα για την επικοινωνία, το μάρκετινγκ και την διαφήμιση καθιστώντας την διαφήμιση σε έντυπα μέσα και γιγαντοαφίσσες, ξεπερασμένη.</p> <p>Τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν στις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις να διαμορφώνουν κανάλια επικοινωνίας και προώθησης σε χαμηλό κόστος.</p> <p>Προτού επιλέξετε κοινωνικό δίκτυο, πρέπει να γνωρίζετε πως υπάρχουν κοινωνικά δίκτυα διαφόρων ειδών:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Αυτά που προορίζονται για το γενικό κοινό, όπως το Twitter και το Facebook.</li><li>• Αυτά που προορίζονται για επαγγελματίες και εταιρείες όπως το LinkedIn.</li><li>• Αυτά που προορίζονται για την κοινοποίηση βίντεο, φωτογραφιών, άρθρων, όπως τα Instagram, Pinterest, SnapChat, YouTube, κλπ.</li></ul> <p><b><u>Δίκτυα για το γενικό κοινό:</u></b></p> <p>Το <u>Facebook</u> είναι το πιο διαδεδομένο δίκτυο στον κόσμο με <b>2,6 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες τον μήνα</b>.</p> <p>Για παράδειγμα, στην Γαλλία:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 33 εκατομμύρια χρήστες από τους οποίους τα 22 εκατομμύρια είναι ενεργοί καθημερινά.</li><li>• Το 69% των Γάλλων χρηστών είναι συνδεδεμένοι με την σελίδα στο Facebook μιας μικρής επιχείρησης.</li></ul> <p>Το Facebook σας επιτρέπει να προσεγγίσετε σχεδόν όλους τους τύπους χρηστών, ιδιώτες, δημόσιο, ΜΚΟ, διεθνείς οργανισμούς, κλπ. Σας επιτρέπει να αναζητήσετε ομάδες και σελίδες που ανταποκρίνονται στην αγορά που στοχεύετε και στους πελάτες που θέλετε να προσεγγίσετε.</p>





Τα πλεονεκτήματα του Facebook είναι:

- Αφοσίωση πελατών
- Όφελος από τις συστάσεις
- Αύξηση της προβολής
- Εταιρική εικόνα
- Αύξηση της διαδικτυακής επισκεψιμότητας και κλήσεων
- Μεγαλύτερη κίνηση στα σημεία πώλησης
- Απόκτηση νέων πελατών



Το Twitter είναι το κοινωνικό δίκτυο του micro blogging. Επιτρέπει στους χρήστες να δημοσιεύουν σύντομα μηνύματα μέχρι 280 χαρακτήρων τα οποία ονομάζονται tweets. Ο πρώην πρόεδρος των ΗΠΑ, D. Trump, κατά την διάρκεια της θητείας του, το ανήγαγε στο αγαπημένο του μέσο. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί όταν θέλετε να αναπτύξετε μία καινούργια δραστηριότητα και να προσεγγίσετε τους πρώτους πελάτες, επειδή αυτή η πλατφόρμα ενεργοποιεί γρήγορα την αναγνωρισιμότητα του brand. Σας επιτρέπει επίσης να αναγνωριστείτε ως ειδικός σε ένα συγκεκριμένο τομέα.

Προσφέρει τα παρακάτω πλεονεκτήματα:

- Στρατηγική παρακολούθηση
- Παρακολούθηση της κίνησης
- Δημόσιες σχέσεις
- Σχέσεις με influencers
- Εταιρική εικόνα
- Φήμη
- Διοργάνωση εκδηλώσεων

#### **Επαγγελματικά δίκτυα:**

Το LinkedIn διαθέτει μία αυξανόμενη κοινότητα 630 εκατομμυρίων επαγγελματιών οι οποίοι χρησιμοποιούν την πλατφόρμα για να δικτυωθούν, να αναζητήσουν και να προωθήσουν την επαγγελματική τους σταδιοδρομία. Αυτό καθιστά το LinkedIn ένα ιδιαίτερα αποτελεσματικό κοινωνικό δίκτυο για business to business (B2B) marketers. Με ένα πλήρες εύρος προϊόντων που βοηθούν τις εταιρείες να αυξάνουν την προβολή και την αναγνωρισιμότητά τους στο πιο σημαντικό κοινό τους με έναν ουσιαστικό τρόπο, το LinkedIn καθιέρωσε τον εαυτό του ως έναν τρόπο να προωθείται εταιρείες.

Η χρησιμότητα του LinkedIn βασίζεται:

- Στις προσλήψεις σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.
- Την αναζήτηση B2B προοπτικών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο



### **Δίκτυα κοινοποίησης βίντεο και φωτογραφιών:**

Το Instagram είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που επιτρέπει στους ανθρώπους να λένε μία ιστορία, από την δημοσίευση μιας σύντομης ιστορίας μέχρι βίντεο και εικόνων οι οποίες χάνονται μετά από 24 ώρες. Το Instagram έχει παγκοσμίως περισσότερους από 1 δισεκατομμύριο καθημερινούς χρήστες.

Η λειτουργία Instagram Stories επιτρέπει στις εταιρείες και τους χρήστες να **αυξάνουν την προβολή** τους, ή να κάνουν εταιρικό branding, δηλαδή να συνδέουν την εταιρεία με τους πελάτες της μέσω μιας ισχυρής οπτικής ταυτότητας.

Το Instagram βασίζεται στα γραφικά και έχει μετατραπεί σε ένα δημοφιλές εργαλείο για πολλές μικρές επιχειρήσεις, και νεοεισερχόμενες, μέσα από την αυξανόμενη δημοφιλία του.

Όλα τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούν tags (ετικέτες), που παρουσιάζονται με το @ και hashtags (ετικέτες δίεση) που παρουσιάζονται με το #. Αυτά τα εργαλεία σας επιτρέπουν να βελτιώνετε την προβολή σας, για παράδειγμα, σύμφωνα με τα tags και hashtags που θα χρησιμοποιήσετε, θα μπορέσει το κοινό απευθύνσεως να σας γνωρίσει, θα σας δουν ειδικοί στον τομέα και θα σας εμπνεύσουν με τις συμβουλές τους, κλπ.

Τα tags, @, αναφέρονται σε άλλους χρήστες, σε δημοσιεύσεις που εκφράζουν πως έχετε κάνει κάτι μαζί με αυτό το πρόσωπο ή την οντότητα, μοιράζεστε το περιεχόμενό του επειδή συμφωνείτε, έχετε κάτι κοινό, κλπ.

Τα hashtags, #, αναφέρονται σε λέξεις κλειδιά στον τομέα που σχολιάζετε.

Είναι πολύ χρήσιμο να δηλώσετε thumbs up ή like στις σελίδες των συνεργατών, πελατών, ακόμα και των ανταγωνιστών, πραγματικά, αυτοί οι χρήστες μπορούν να σας βοηθήσουν να αποκτήσετε νέους πελάτες, να μπείτε σε νέες αγορές, να εμβαθύνετε την αντίληψή σας για μία αγορά, κλπ.

*Για παράδειγμα, στο έργο Harbor Heritage Story Telling, κάναμε tag τους εταίρους μας στις δημοσιεύσεις μας για να αυξήσουμε την προβολή τους καθώς και την προβολή του έργου: @Bastia.tourisme (Τουριστικό γραφείο της Bastia) και δημιουργήσαμε νέα hashtag, #patrimoine, #port, κλπ.*

*Επίσης, κάναμε like σε παρόμοιες σελίδες όπως @interpreteurrope, η οποία εκπροσωπεί έναν οργανισμό που προωθεί την εκπαίδευση στην ερμηνεία της κληρονομιάς και του πολιτισμού.*

Είναι απαραίτητο να επικοινωνείτε τακτικά μέσω των κοινωνικών δικτύων και να διατηρείτε έναν ρυθμό. Η διακοπή της επικοινωνίας για αρκετές εβδομάδες ή μήνες και μετά η επανεκκίνηση δεν μπορεί να οικοδομήσει την αφοσίωση του κοινού. Για να το πετύχετε αυτό, μπορείτε να διατηρείτε ένα ημερολόγιο δημοσιεύσεων προκειμένου να προγραμματίζετε τις δημοσιεύσεις σας ανά μήνα.

Τα κοινωνικά δίκτυα σας επιτρέπουν:

- Να δημιουργήσετε ιστοσελίδα για την εταιρεία, το έργο, το προϊόν, κλπ.
- Να δημιουργήσετε μία κοινότητα που θα παρακολουθεί την εξέλιξή σας.



- Να μοιράζεστε τα νέα με την κοινότητά σας.
- Να βελτιώσετε την προβολή σας.
- Να στοχεύσετε και να διευρύνετε το πελατολόγιό σας.

Για να τα πετύχετε αυτά, θα πρέπει ο σχεδιασμός της επικοινωνίας σας να είναι αποτελεσματικός. Είναι επομένως απαραίτητο να δημιουργήσετε εμπιστοσύνη και αφοσίωση προκειμένου:

- Να κάνετε την επικοινωνία σας φιλική (κατανοητή διασκεδαστική, κλπ.).
- Να αυξήσετε τα ανταγωνιστικά σας πλεονεκτήματα.
- Να κινητοποιήσετε μία συζήτηση με ουσιαστικό περιεχόμενο.
- Να προσφέρετε άπαξ προσφορές (συγκεκριμένα για να δημιουργήσετε των κίνητρο της αγοράς).

Είναι επίσης απαραίτητο να κατανοήσετε τις ανάγκες των χρηστών του διαδικτύου προκειμένου να στοχεύσετε την επικοινωνία:

- Για να παραμένει ένας πελάτης αφοσιωμένος πρέπει να έχει εμπιστοσύνη στο προϊόν και την εταιρεία. Αυτός είναι ο λόγος που η επικοινωνία πρέπει να είναι ανθρώπινη μιλώντας στον πελάτη με φιλικό τρόπο.
- Για να συστήσει ένας πελάτης, ένα προϊόν ή μία εταιρεία στους φίλους του, θα πρέπει να είναι πεπεισμένος ότι η αγορά του αποτελεί την καλύτερη επιλογή. Για να συμβαίνει αυτό είναι σημαντικό να τονίζονται τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.
- Για να προκληθεί η πρώτη αγορά ή η πρώτη επαφή, ο χρήστης του διαδικτύου πρέπει να έχει κίνητρο να αγοράσει ή να έρθει σε επαφή. Η προσφορά σας πρέπει επομένως να είναι συγκεκριμένη.

Μερικές συμβουλές για να γνωρίζετε τί να κοινοποιείτε στα κοινωνικά δίκτυα:

- Τα προϊόντα σας: πρέπει να περιλαμβάνουν αξιόλογα χαρακτηριστικά προκειμένου να τα θέλουν οι υποψήφιοι πελάτες.
- Το προσωπικό σας: Παρουσιάζοντας τους εργαζόμενούς σας δημιουργείται εμπιστοσύνη και αφοσίωση των πελατών. Εάν οι εργαζόμενοι μιλούν για αυτά που τους αρέσουν στην επιχείρηση ή στις αξίες της, θα υπάρξει ακόμα μεγαλύτερη θετική επίδραση.
- Μοιραστείτε περισσότερο τεχνικό περιεχόμενο περιεχόμενο για τους πιο έμπειρους με το αντικείμενο.
- Παρουσιάστε προωθητικές προσφορές.
- Μοιραστείτε τα “μυστικά” σας.

**Σχετικά με τις  
προτεινόμενες  
δραστηριότητες**

*Ανάπτυξη των καναλιών προώθησης*



<b>Προετοιμασία</b>	<b>Βιβλιογραφία:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Κατανοήστε τα Κοινωνικά Μέσα: Πώς να δημιουργήσετε ένα σχέδιο για την επιχείρησή σας το οποίο θα είναι αποτελεσματικό (Understand Social Media: How to create a plan for your business that works) - Damian Ryab - Paperback - April 2015</li><li>● 500 βοηθήματα για το Μάρκετινγκ στα Κοινωνικά Μέσα: κρίσιμες συμβουλές, ιδέες και στρατηγικές για επιχειρήσεις, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, You tube, Snapchat... και άλλα! (500 Social Media Marketing tips: essential advice, hints and strategy for business, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, You tube, Snapchat... More!) ' Andrew Macarthy - july 2015</li><li>● Στρατηγικές Μάρκετινγκ στα Κοινωνικά Μέσα: Ολοκληρωμένος οδηγός βήμα-βήμα. Πώς να ξεκινήσετε και να μεγεθύνετε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα χρησιμοποιώντας τα Instagram, Facebook, Youtube etc. (Social Media Marketing Strategies: Complete Step-by-Step Guide; How to start and grow your business using instagram, facebook, You tube etc). - David A.Cohen-Broché -25 fevrier 2020</li></ul>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	Κατανοήστε τα Κοινωνικά Μέσα: <a href="https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301">https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301</a> <a href="https://www.techopedia.com/2/27829/internet/social-media/understanding-social-media-what-you-need-to-know">https://www.techopedia.com/2/27829/internet/social-media/understanding-social-media-what-you-need-to-know</a>

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ανάπτυξη καναλιών προώθησης 1

Είδος: Πρακτική άσκηση

### Ορολογία / θέμα

Κανάλια προώθησης, ψηφιακό μάρκετινγκ, μέσα επικοινωνίας

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Ενεργή εκμάθηση των διαφόρων καναλιών προώθησης.
- Αναζήτηση και ενεργή εκμάθηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ραδιοφωνικής και τηλεοπτικής προώθησης, και διακίνησης φυλλαδίων.
- Προσαρμογή σε διαφορετικά μέσα, πώς να κάνετε λειτουργικό το περιεχόμενό σας σε διαφορετικά φορμάτ.
- Γνώση του πιο αποτελεσματικού τρόπου χρήσης του κάθε καναλιού.

### Περιγραφή

**ΒΗΜΑ 1:** Ο εκπαιδευτής επιλέγει κάποια από τα κανάλια προώθησης, τα αναλύει λεπτομερειακά, και διαμορφώνει μαζί με τους εκπαιδευόμενους πρακτικά παραδείγματα.

Για παράδειγμα, ο εκπαιδευτής επιλέγει τον ιστότοπο ως ένα κανάλι προώθησης, παρουσιάζει τα βασικά χαρακτηριστικά του, επιδεικνύει παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών και ζητά από τους εκπαιδευόμενους να μοιραστούν την γνώμη τους και πιθανά νέα παραδείγματα.

Σκοπός της δραστηριότητας είναι να γίνει εκμάθηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κάθε καναλιού προώθησης και να γίνει εξάσκηση ανά ομάδες με παραδείγματα από τους εκπαιδευόμενους.

- Γιγαντοαφίσες – μίνιμαλ σχεδίαση, φωτογραφίες και βασικές πληροφορίες, μεγάλα τυπογραφικά στοιχεία, ορατότητα  
[https://www.pinterest.com/aldotrunqu/billboard-design-\\_\\_\\_/](https://www.pinterest.com/aldotrunqu/billboard-design-___/)
- Ιστότοπος – ποικιλία περιεχομένου (βίντεο, φωτογραφίες, κείμενα, ήχοι)  
<https://www.ideasonpurpose.com/on/7-qualities-great-website/>
- Μπλογκ – οργανωμένο και θεματικό, ποικιλία περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες)  
<https://firstsiteguide.com/examples-of-blogs/#travel-blogs>

Αποτελέσματα: Προσαρμογή του περιεχομένου σε διαφορετικά κανάλια με πρόθεση την επίτευξη από το καθένα των καλύτερων δυνατών αποτελεσμάτων.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ανάπτυξη καναλιών προώθησης 1

Είδος: Πρακτική άσκηση

**ΒΗΜΑ 2:** Προσδιορισμός των διαφορών μεταξύ των παραδοσιακών μέσων προώθησης και επικοινωνίας, και των ψηφιακών. Εργασία ανά ομάδες, δημιουργία καταλόγων.

**ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ** (μέσα επικοινωνίας)

- Εταιρικές εκδόσεις και φυλλάδια.
- Διαφημίσεις (φυλλάδια, γιγαντοαφίσες, άλλες διαφημίσεις).
- Θεματικές εκδόσεις.
- Ντοκουμαντέρ και ταινίες.
- Ραδιόφωνο και τηλεόραση.

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

- Στρατηγική προσέγγιση του περιεχομένου και ημερολόγιο αναρτήσεων.
- Γραφιστικό περιεχόμενο.
- Φωτογραφίες.
- Βίντεο.
- Υπεύθυνος συντονιστής για τα κανάλια ψηφιακής επικοινωνίας.
- Συνεχής επιμόρφωση.

**ΒΗΜΑ 3:** Μην ξεχνάτε να δείχνετε προσοχή στο κοινό σας! Συζητήστε μαζί τους!

Διαχείριση διαδικτυακής κοινότητας – παρέχετε παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών, συζητήστε για το νόημα στην πράξη.

- Διαχειριστείτε τα παράπονα των επισκεπτών.
- Κερδίστε την αφοσίωση των επισκεπτών.
- Δικτύωση και συνεργασία με άλλα brand και καμπάνιες.
- Αποκομίστε την σημαντική ανατροφοδότηση.
- Σχολιάστε και επικοινωνήστε.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ανάπτυξη καναλιών προώθησης 1

Είδος: Πρακτική άσκηση

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο.

### Απαιτούμενα υλικά

- Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint.
- Έντυπα υλικά / υλικά σχεδίασης / πίνακας.

### Διάρκεια

2 ώρες

### Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

### Πόροι

- Εταιρικό ψηφιακό μάρκετινγκ: Οκτώ κανάλια προώθησης και τα πλεονεκτήματά τους (Digital Marketing in Business: 8 Channels of Promotion and their Advantages)  
<https://www.noomii.com/coach-blog/digital-marketing-in-business-8-channels-of-promotion-and-their-advantages>
- Τα 51 πλέον αποτελεσματικά κανάλια μάρκετινγκ της χρονιάς (The 51 Most Effective Marketing Channels for the Year)  
<https://blogs.spectrio.com/51-most-effective-marketing-channels-for-advertising-your-business>

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2: Ανάπτυξη καναλιών προώθησης 2

Είδος: Πρακτική άσκηση

### Ορολογία / θέμα

Κανάλια προώθησης, ψηφιακό μάρκετινγκ, μέσα επικοινωνίας

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Έρευνα και ενεργή εκμάθηση για τα κοινωνικά δίκτυα, την ραδιοφωνική και τηλεοπτική προώθηση, την διακίνηση φυλλαδίων, κλπ.
- Προσαρμογή στα διάφορα μέσα - πώς να δημιουργηθεί λειτουργικό περιεχόμενο για κάθε φορμάτ.
- Γνώση των πλέον αποτελεσματικών τρόπων χρήσης των διαφόρων καναλιών.
- Εκτέλεση ανάλυσης των δεδομένων: καταμετρήσεις, πίνακες, αναζητήσεις, έρευνες, αναζήτηση με λέξεις κλειδιά.

### Περιγραφή

Η παρούσα δραστηριότητα αποτελείται από:

**ΒΗΜΑ 1:** Ανατρέξτε στα βασικά χαρακτηριστικά για κάθε μέσο – ενθαρρύνετε την παροχή παραδειγμάτων και την συζήτηση.

- Facebook – Για να προσεγγίσετε σχεδόν οποιοδήποτε είδος γενικού κοινού, μπορείτε να αναζητήσετε συγκεκριμένες ομάδες και σελίδες τις οποίες οι ιδανικοί πελάτες σας μπορεί να επισκέπτονται.
- Twitter – Εάν αναπτύσσετε μία καινούργια επιχείρηση και θέλετε να προσεγγίσετε από την αρχή υποστηρικτές, καθώς αυτή η πλατφόρμα κινητοποιεί με γρήγορο ρυθμό την διάδοση του brand.
- LinkedIn – Για να προσεγγίσετε επαγγελματίες, επιχειρηματίες, συνδέσμους Business-to-Business (B2B) και στοχευμένους πελάτες, αυτή μπορεί να είναι μία καλή πλατφόρμα για μέντορες καριέρας (επαγγελματικής, επιχειρηματικής, επενδυτικής, διοικητικής).
- Google+ – Για να προσεγγίσετε από την αρχή υποστηρικτές της νέας επιχείρησης καθώς και χρήστες B2B αλλά και των γενικών κοινωνικών μέσων δικτύωσης.
- Pinterest – Εστιάζει στην εικόνα για την προώθηση brand και προϊόντων. Η πλειοψηφία των χρηστών του είναι γυναίκες επομένως αν ο ιδανικός πελάτης είναι γυναίκα, αυτό μπορεί να ταιριάζει σε κάποιες επιχειρήσεις.
- Instagram – Όπως και το Pinterest, το Instagram εστιάζει στην εικόνα και έχει καθιερωθεί ως μία δημοφιλής επιλογή για πολλές μικρές επιχειρήσεις και επενδύσεις, καθώς η δημοφιλία του αυξάνεται.
- Website – Θα πρέπει να βελτιώνει την εμπειρία του επισκέπτη και να προσαρμόζεται στις προσδοκίες διαφορετικών κοινών απεύθυνσης. Αποτελεί μία πλατφόρμα για δημοσιεύσεις αλλά και διάδραση, έναν τόπο συζήτησης και συμμετοχής. Αναρτήσεις σε μπλογκ, άρθρα, ηχητικά και βίντεο περιεχόμενα, διαδικτυακές πωλήσεις, κλπ.





## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ανάπτυξη καναλιών προώθησης 2

### Είδος: Πρακτική άσκηση

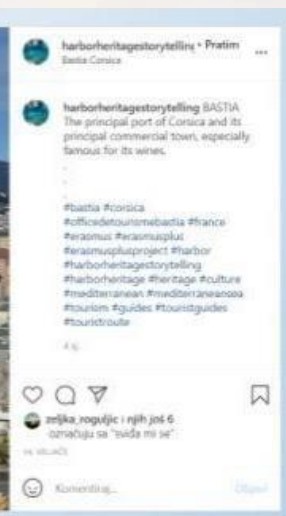
- Email and newsletter – Επικοινωνία με ακόλουθους και επισκέπτες. Συστήνεται η δημιουργία μιας φόρμας συνδρομητικού newsletter από την οποία θα συλλέγετε τα στοιχεία των συνδρομητών.
- You Tube – Βίντεομπλογκ και άλλα περιεχόμενα βίντεο.

Πηγή: <https://www.noomii.com/coach-blog/digital-marketing-in-business-8-channels-of-promotion-and-their-advantages>

**ΒΗΜΑ 2:** Δημιουργήστε το δικό σας περιεχόμενο και προσαρμόστε το σε διάφορα κανάλια ψηφιακού μάρκετινγκ (όπως τα παραπάνω).

Εφαρμόστε στην πράξη (δημιουργία περιεχομένου κατάλληλου για διάφορα κανάλια προώθησης, κατανόηση των διαφορών μεταξύ των διαφορετικών μέσων, παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας απέναντι στα κανάλια ψηφιακής επικοινωνίας) – επιλέξτε ένα θέμα και προσαρμόστε το σε διάφορα κανάλια προώθησης.

Επιλέξτε ένα θέμα: γαστρονομία, έθιμα, παραδόσεις, κλπ. και προσαρμόστε το σε μία νέα ανάρτηση, μία νέα σελίδα, κλπ.



**ΒΗΜΑ 3:** Μοιραστείτε με τους υπόλοιπους εκπαιδευόμενους.

Τα συμπεράσματα (από την ανάρτηση, νέα ιστοσελίδα, ή άλλα) μοιράζονται μεταξύ των εκπαιδευόμενων σε μία οθόνη και σχολιάζονται.

- Είναι σαφές και πειστικό το μήνυμα;
  - Έχει προσδιοριστεί σωστά το κοινό απεύθυνσης;
  - Είναι οι παρουσιάσεις κατάλληλα προσαρμοσμένες;
- Κλπ.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Ανάπτυξη καναλιών προώθησης 2

Είδος: Πρακτική άσκηση

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων για την παρουσίαση και το εργαστήριο.

### Απαιτούμενα υλικά

- Εξοπλισμός για παρουσίαση PowerPoint.
- Έντυπα υλικά / υλικά σχεδίασης / πίνακας.

### Διάρκεια

2 ώρες

### Πηγές

Prokultura Split / Petrapatrimonia

### Πόροι

- Δημιουργία ποιοτικού ψηφιακού περιεχομένου (Creating Quality Digital Content)  
<https://www.youtube.com/watch?v=0MuC0zfjA9o>
- Βοήθημα για την συγγραφή περιεχομένου, για αρχάριους (Content Writing Tutorial for Beginners)  
<https://www.youtube.com/watch?v=ydyfLWUPxz8>
- Με ποιόν τρόπο – Βοηθήματα για γραφιστικές δημιουργίες για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης – Σεμινάριο γραφιστικής (How to – Tips for Creating Social Media Graphics – Graphic design tutorial)  
<https://www.youtube.com/watch?v=xCngK7n5jX0>
- Ένας οδηγός στην δημιουργία περιεχομένου για αρχάριους (A Beginners Guide to Content Creation)  
[https://www.youtube.com/watch?v=c\\_3C12BaYhk](https://www.youtube.com/watch?v=c_3C12BaYhk)

<p><b>Μάθημα 5</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>5.1</b></p>	<p><b><i>Ενδοπροσωπικές ικανότητες: Οικοδομώντας τις εσωτερικές δεξιότητες</i></b></p>
<p><b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b></p>	<p>Επαγγελματίες στον τουρισμό, ξεναγοί, μέλη ομάδων</p>
<p><b>Στόχοι</b></p>	<p>Κατά την διάρκεια αυτού του Κεφαλαίου θα μάθουμε για την ανάπτυξη των ενδο-προσωπικών ικανοτήτων. Οι ενδοπροσωπικές ικανότητες είναι εσωτερικές δεξιότητες, αντιλήψεις και συμπεριφορές που συντελούνται στην διάνοια ενός ανθρώπου. Οι ενδοπροσωπικές (εντός του εαυτού) ικανότητες είναι <b>οι εσωτερικές ικανότητες και συμπεριφορές που σας βοηθούν να ελέγχετε τα συναισθήματα</b>, να διαχειρίζεστε τα προβλήματα και να αφομοιώνετε νέες πληροφορίες. Αυτές οι ικανότητες που σχετίζονται με την συναισθηματική νοημοσύνη, περιλαμβάνουν την πρωτοβουλία, την επιμονή, τον αυτοέλεγχο, την ακεραιότητα, την φροντίδα του εαυτού, την περιέργεια, την αυτογνωσία, τον καθορισμό στόχων, την λεκτική επικοινωνία, την μη λεκτική επικοινωνία, την θετική στάση, την ικανότητα της ακρόασης, την ενσυναίσθηση, κλπ.</p> <p>Στόχος του Μαθήματος είναι να αποκτήσετε μεγαλύτερη επίγνωση αυτών των ικανοτήτων και να μάθετε για την ανάπτυξή τους. Όλες αυτές οι ικανότητες είναι πολύ χρήσιμες για κάθε άνθρωπο μέσα σε μία ομάδα. Η ομαδική εργασία εξαρτάται από κάθε μέλος και ένα ευχαριστημένο μέλος ενδυναμώνει την ομάδα. Η πορεία ενός έργου εξαρτάται από το κάθε μέλος, και επομένως, η προσωπική ανάπτυξη επηρεάζει σημαντικά την απόδοση μιας ομάδας.</p> <p>Αυτό το Κεφάλαιο θα συνεισφέρει στην ανάπτυξη των παρακάτω ικανοτήτων:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Επίγνωση για την σημασία της προσωπικής ανάπτυξης.</li> <li>• Κατανόηση του πώς η ανάπτυξη των ενδο-προσωπικών ικανοτήτων βοηθά την ποιότητα της ζωής και της εργασίας.</li> <li>• Επίγνωση της σχέσης μεταξύ ανάπτυξης των ενδο-προσωπικών ικανοτήτων και της απόδοσης στην εργασία.</li> <li>• Γνώση για τα πλεονεκτήματα των ενδο-προσωπικών ικανοτήτων στην εργασιακή απόδοση: αναλυτική σκέψη, υπευθυνότητα, παραγωγικότητα, ανθεκτικότητα, επινοητικότητα, στρατηγική σκέψη, όραμα.</li> </ul>
<p><b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b></p>	<p><i>Ικανότητα αφομοίωσης των πιο πρόσφατων επιτευγμάτων και του τρόπου αξιοποίησής τους για την προσωπική ανάπτυξη ενός ειδικού σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα.</i></p>



	<p>Προθυμία να προσφέρει κάποιος τον καλύτερο εαυτό του προς χάριν ενός σημαντικού σκοπού που σχετίζεται με το έργο - για παράδειγμα, για την απροσμέτρητη αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς.</p> <p>Ικανότητα να εστιάζετε και να συγκεντρώνεστε σε μία συγκεκριμένη εργασία.</p> <p>Προθυμία να αναπτύξετε τις γνώσεις, τις ικανότητες και τις δεξιότητές σας.</p> <p>Ικανότητα να οργανώσετε μία δημόσια ομιλία και παρουσίαση (διαλέξεις, παραδείγματα, δραστηριότητες).</p> <p>Ικανότητα να διενεργείτε αυτοαξιολόγηση και αυτοανάλυση.</p>								
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	3 έως 5 ώρες								
<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	ενδοπροσωπικές ικανότητες, προσωπική ανάπτυξη, παραγωγικότητα, αυτοδιαχείριση, παραγωγικότητα, ανθεκτικότητα, όραμα.								
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	"Μαθαίνοντας, εξασκώντας και κατευθύνοντας τις ενδοπροσωπικές ικανότητες, ένα μεγάλο μέρος των εσωτερικών δυνατοτήτων μας θα ενεργοποιηθεί, με κατάληξη την ανάπτυξη των ανθρώπινων ικανοτήτων μας και κατευθύνοντάς μας σε μία διανοητική ευεξία." (dr. Helena Lass)								
<b>Λίγη θεωρία</b>	<div data-bbox="395 1111 1406 1671" data-label="Diagram"> <p style="text-align: center;"><b>Soft Skills</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: left;">Personal Skills</th> <th style="width: 50%; text-align: left;">Projectional Skills</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p><b>Intra-Personal</b></p> <p><u>ANALYTICAL SKILLS</u> Brain storming Mind Mapping Critical Thinking <u>QUOTIENT SKILLS</u> Intelligent Quotient Emotional Quotient Spiritual Quotient <u>ATTITUDINAL SKILLS</u> Positive Thinking Problem Solving Attitude Creativity Techniques Decision Making <u>EXISTENTIAL SKILLS</u> Knowing Self Goal Setting Self-Presentation Skills Proactiveness Academic /Learning Skills <u>SELEMANAGING SKILLS</u> Time Management Change Management Stress Management Anger Management</p> </td> <td> <p><b>Inter-Personal</b></p> <p>Communication Skills Leadership Skills Negotiation Skills Presentation Skills Social Grace Team Building Corporate Etiquettes Global Thinking Skills Entrepreneurship Skills <u>MANAGEMENT SKILLS</u> Event Management Self-assessment Skills <u>INTEGRITY &amp; LOYALTY</u> Work Ethics Reliability and Honest</p> </td> </tr> <tr> <td></td> <td> <p><b>Verbal Skills</b></p> <p>Listening Skills Speaking Skills Reading Skills Writing Skills Net Etiquettes</p> </td> </tr> <tr> <td></td> <td> <p><b>Non-verbal</b></p> <p><u>BODY LANGUAGE</u> Body Posture Gestures Eye Contact Facial Expressions Appearance Space Distance /Proxemics Touch/Haptics <u>PARALANGUAGE</u> Intonation Tone Pace Pause Volume Quality Selection of Words Use of Code Language</p> </td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>Πηγή: <a href="http://joell.in/wp-content/uploads/2016/03/Intra-Personal.pdf">http://joell.in/wp-content/uploads/2016/03/Intra-Personal.pdf</a></p> <p><b>Αξιολογώντας της ικανότητες στον 21ο αιώνα: Περίληψη ενός εργαστηρίου</b></p> <p>Η πρώτη ομάδα ικανοτήτων -οι ενδοπροσωπικές ικανότητες- είναι ταλέντα ή ικανότητες που κατέχει ένα πρόσωπο και το βοηθούν να επιλύει προβλήματα. Η έκθεση του πρόσφατου εργαστηρίου που προσδιόρισε ένα</p>	Personal Skills	Projectional Skills	<p><b>Intra-Personal</b></p> <p><u>ANALYTICAL SKILLS</u> Brain storming Mind Mapping Critical Thinking <u>QUOTIENT SKILLS</u> Intelligent Quotient Emotional Quotient Spiritual Quotient <u>ATTITUDINAL SKILLS</u> Positive Thinking Problem Solving Attitude Creativity Techniques Decision Making <u>EXISTENTIAL SKILLS</u> Knowing Self Goal Setting Self-Presentation Skills Proactiveness Academic /Learning Skills <u>SELEMANAGING SKILLS</u> Time Management Change Management Stress Management Anger Management</p>	<p><b>Inter-Personal</b></p> <p>Communication Skills Leadership Skills Negotiation Skills Presentation Skills Social Grace Team Building Corporate Etiquettes Global Thinking Skills Entrepreneurship Skills <u>MANAGEMENT SKILLS</u> Event Management Self-assessment Skills <u>INTEGRITY &amp; LOYALTY</u> Work Ethics Reliability and Honest</p>		<p><b>Verbal Skills</b></p> <p>Listening Skills Speaking Skills Reading Skills Writing Skills Net Etiquettes</p>		<p><b>Non-verbal</b></p> <p><u>BODY LANGUAGE</u> Body Posture Gestures Eye Contact Facial Expressions Appearance Space Distance /Proxemics Touch/Haptics <u>PARALANGUAGE</u> Intonation Tone Pace Pause Volume Quality Selection of Words Use of Code Language</p>
Personal Skills	Projectional Skills								
<p><b>Intra-Personal</b></p> <p><u>ANALYTICAL SKILLS</u> Brain storming Mind Mapping Critical Thinking <u>QUOTIENT SKILLS</u> Intelligent Quotient Emotional Quotient Spiritual Quotient <u>ATTITUDINAL SKILLS</u> Positive Thinking Problem Solving Attitude Creativity Techniques Decision Making <u>EXISTENTIAL SKILLS</u> Knowing Self Goal Setting Self-Presentation Skills Proactiveness Academic /Learning Skills <u>SELEMANAGING SKILLS</u> Time Management Change Management Stress Management Anger Management</p>	<p><b>Inter-Personal</b></p> <p>Communication Skills Leadership Skills Negotiation Skills Presentation Skills Social Grace Team Building Corporate Etiquettes Global Thinking Skills Entrepreneurship Skills <u>MANAGEMENT SKILLS</u> Event Management Self-assessment Skills <u>INTEGRITY &amp; LOYALTY</u> Work Ethics Reliability and Honest</p>								
	<p><b>Verbal Skills</b></p> <p>Listening Skills Speaking Skills Reading Skills Writing Skills Net Etiquettes</p>								
	<p><b>Non-verbal</b></p> <p><u>BODY LANGUAGE</u> Body Posture Gestures Eye Contact Facial Expressions Appearance Space Distance /Proxemics Touch/Haptics <u>PARALANGUAGE</u> Intonation Tone Pace Pause Volume Quality Selection of Words Use of Code Language</p>								



σύνολο ικανοτήτων για τον 21ο αιώνα (Εθνικό Συμβούλιο Έρευνας - National Research Council, 2010) προσδιόρισε δύο ευρύτερες ικανότητες που εμπíπτουν σε αυτήν την ομάδα:

**Προσαρμοστικότητα:** Η ικανότητα και προθυμία να ανταποκριθεί κάποιος σε αβέβαιες, νέες, και γρήγορα εξελισσόμενες συνθήκες της εργασίας, συμπεριλαμβανομένων, την γρήγορη ανταπόκριση σε επείγουσες καταστάσεις ή κρίσεις, την εκμάθηση νέων εργασιών, τεχνολογιών και διαδικασιών. Η προσαρμοστικότητα περιλαμβάνει επίσης το εργασιακό άγχος, την προσαρμογή απέναντι σε διάφορες προσωπικότητες, τους τρόπους επικοινωνίας και τις διαφορετικές κουλτούρες. Καθώς και την φυσική προσαρμοστικότητα σε διάφορα περιβάλλοντα εσωτερικής ή εξωτερικής εργασίας (Houston, 2007; Pulakos et al., 2000).

**Αυτοδιαχείριση/Αυτοανάπτυξη:** Η ικανότητα να εργάζεται κάποιος εξ αποστάσεως, σε εικονικές ομάδες. Η ικανότητα να εργάζεται αυτόνομα, να κινητοποιεί τον εαυτό του και να αυτοελέγχεται. Μία πτυχή της αυτοδιαχείρισης είναι η προθυμία και η ικανότητα να αποκτώνται νέες πληροφορίες και δεξιότητες που σχετίζονται με την εργασία (Houston, 2007).

Αυτές οι ικανότητες λειτουργούν σε διάφορα πλαίσια, όπως επισήμανε ο Rick Hoyle, καθηγητής ψυχολογίας και νευροεπιστήμης στο Duke University, ο οποίος παρουσίασε τα ευρήματα μιας σχετικής εργασίας καθώς και τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαν να αξιολογούνται (Hoyle and Davisson, 2011). Εξηγεί πως είναι μεταφερόμενες, αφού μεταφέρονται αυτόματα από το ένα πλαίσιο στο άλλο, έτσι ώστε, για παράδειγμα, οι ίδιες ακριβώς ικανότητες που εξυπηρετούν κάποιο πρόσωπο καλά στο κοινωνικό πεδίο, το εξυπηρετούν εξίσου καλά σε αποφάσεις για την υγεία, ή την σχολική, ή ακαδημαϊκή εκπαίδευση.

Επιπλέον, πρόσθεσε, αυτές οι ικανότητες συνεισφέρουν τελικά στην προσαρμοστική συμπεριφορά και στην παραγωγικότητα, καθώς ακυρώνουν τις ανεπιθύμητες επιρροές που μπορεί να εγείρονται από το ίδιο το πρόσωπο ή το περιβάλλον. Οι ενδοπροσωπικές ικανότητες υποστηρίζουν την συνειδητή συμπεριφορά, την οποία ο Hoyle προσδιορίζει ως διακριτική συμπεριφορά που αποσκοπεί στην επίτευξη των στόχων που θέτει ένα πρόσωπο για τον εαυτό του.

Παραδείγματα ενδο-προσωπικών ικανοτήτων περιλαμβάνουν συμπεριφορές όπως τον προγραμματισμό, την αυτοπειθαρχία, την καθυστέρηση της αυτοεπιβράβευσης, την ικανότητα να διαχειρίζεται και να υπερβαίνει τις αποσπάσεις, και την ικανότητα να προσαρμόζει τον σχεδιασμό ή την προσέγγισή του, κατά περίπτωση. Κατά την άποψη του Hoyle, η σύνδεση μεταξύ αυτών των συμπεριφορών ονομάζεται αυτορύθμιση.

Αν και ο κλάδος της ψυχολογίας μελετά την αυτορύθμιση από τα τέλη του 1960, αναφέρει ο Hoyle, εξακολουθεί να υπάρχει διαφωνία σχετικά με τον ορισμό της. Για να δώσει στο κοινό το ευρύ φάσμα των ορισμών, παρουσιάζει τις διαφορετικές απόψεις που καταθέτουν τέσσερις αναγνωρισμένοι ερευνητές:

“Η ικανότητα των προσώπων να καθοδηγούν τον εαυτό τους, με κάθε δυνατό τρόπο, προς τους σημαντικούς στόχους” (Fitzsimons και Bargh, 2004).



	<p>“Η ικανότητα ενός προσώπου να σχεδιάζει, να καθοδηγεί, και να παρακολουθεί την συμπεριφορά του με ευέλικτο τρόπο εν μέσω μεταβαλλόμενων συνθηκών” (Brown, 1998).</p> <p>“Αυτοδημιούργητες σχέψεις, συναισθήματα, και ενέργειες που σχεδιάζονται και προσαρμόζονται κυκλικά στην επίτευξη προσωπικών στόχων” (Zimmerman, 2000).</p> <p>“Η διαδικασία μέσα από την οποία ένα πρόσωπο, παρακολουθεί, κατευθύνει την προσοχή του, και τροποποιεί τις συμπεριφορές για να προσεγγίσει το επιθυμητό αποτέλεσμα” (Ilkowska and Engle, 2010).</p> <p>Ο Hoyle προσδιόρισε ορισμένα κοινά σημεία μεταξύ των ορισμών. Όλοι τους αναγνωρίζουν πως οι άνθρωποι πρέπει να παρακολουθούν την συμπεριφορά τους και πως το κάνουν αυτό στην υπηρεσία της επίτευξης ενός στόχου. Επιπρόσθετα, σε όλους αναγνωρίζεται πως απαιτείται ευελιξία. Το σημαντικότερο είναι πως σε όλους περιλαμβάνεται η επιδραστικότητα. Ο Hoyle επισήμανε πως η αυτορύθμιση δεν περιλαμβάνει απλώς την νόηση, αλλά περιλαμβάνει επίσης τα αισθήματα και τα συναισθήματα.</p> <p>Ο Hoyle προτιμά τον παρακάτω ορισμό: Οι διαδικασίες μέσα από τις οποίες τα πρόσωπα διατηρούν την πορεία για την επίτευξη των στόχων που έχουν θέσει. Σε ορισμένες περιπτώσεις, όπως στο σχολικό περιβάλλον, αυτοί οι στόχοι μπορεί να μην προέρχονται από τους ίδιους τους μαθητές, αλλά να έχουν τεθεί για αυτούς. Το ερώτημα είναι αν είναι ικανοί και έτοιμοι να κάνουν αυτά που χρειάζεται για την επίτευξη αυτών των στόχων και να προχωρήσουν σε αυτή την κατεύθυνση.</p> <p>Πηγή: <a href="https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK84217/">https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK84217/</a></p>
<b>Σχετικά με τις προτεινόμενες δραστηριότητες</b>	<p><i>Δραστηριότητα 1: Γράψτε μία έκθεση για το ποιο ιστορικό ή λογοτεχνικό πρόσωπο θα θέλατε να είστε.</i></p> <p><i>Δραστηριότητα 2: Ξαναγράψτε μία ιστορία από την δική σας οπτική.</i></p> <p><i>Δραστηριότητα 3: Μοιραστείτε τον τρόπο με τον οποίο θα διαφέρατε αν είχατε γεννηθεί σε έναν άλλο πολιτισμό.</i></p>
<b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b>	<p><a href="https://www.ceoinstitute.com/member-experience/ceo-insight/blog-article/the-intrapersonal-skills-needed-for-change-capability">https://www.ceoinstitute.com/member-experience/ceo-insight/blog-article/the-intrapersonal-skills-needed-for-change-capability</a></p> <p><a href="https://www.netlingo.com/tips/interpersonal-vs-intrapersonal-skills-and-why-you-need-both-to-get-job.php">https://www.netlingo.com/tips/interpersonal-vs-intrapersonal-skills-and-why-you-need-both-to-get-job.php</a></p> <p><b>Εκπαιδευτικά βοηθήματα</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.entrepreneur.com/article/219553">10 Time Management Tips That Work</a> (<a href="http://www.entrepreneur.com/article/219553">http://www.entrepreneur.com/article/219553</a>) Εργάζεστε με βάση τον ωρολογιακό ή με τον πραγματικό χρόνο; Μάθετε πώς να διαχειρίζεστε την μέρα σας κατανοώντας την διαφορά μεταξύ τους.</li><li>• <a href="#">7 Success strategies for distance learners</a> Ακολουθήστε τα απλά βοηθήματα που δίνονται σε αυτόν τον ιστότοπο και θα βοηθηθείτε στην εκμάθησή σας. Τα βοηθήματα θα σας κρατήσουν εστιασμένο και στην πορεία σας.</li></ul>



- **Emotional Intelligence**  
Από την Mind Tools, τα χαρακτηριστικά της συναισθηματικής νοημοσύνης και βοηθήματα για το πώς να βελτιώσετε την δική σας.
- **Giving and Receiving Constructive Criticism**
- **Giving Feedback**
- **Going back to college: Getting started**  
Το Back to college προσφέρει έναν κατάλογο πόρων και μια διαδραστική κοινότητα ειδικά σχεδιασμένη για να διαχειρίζεται της προκλήσεις από την επιστροφή στο σχολείο.
- **Self-Efficacy Theory in the Workplace**  
Μία επισκόπηση και περιγραφή της προσωπικής επάρκειας όσον αφορά την σχέση της με τον χώρο εργασίας.
- **Stress Management Tips**  
(<http://www.stressmanagementtips.com>)  
Αυτός ο ιστότοπος προσφέρει μια ματιά πίσω από την κουρτίνα στις αιτίες που προκαλούν άγχος και παρόμοια συμπτώματα, καθώς και βοηθήματα διαχείρισης του άγχους, παιχνίδια και ασκήσεις αποφόρτισης.
- **Ten Minute Tutorial - Emotional Intelligence**  
Ο ιστότοπος παρέχει πληροφορίες για τον όρο Συναισθηματική Νοημοσύνη, ο οποίος καλύπτει τις παρακάτω πτυχές την προσωπικότητας: αυτεπίγνωση, διαχείριση συναισθημάτων, αυτοκινητοποίηση, ενσυναίσθηση, διαχείριση σχέσεων, επικοινωνιακές ικανότητες και προσωπικό στυλ.

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Εάν ήμουν κάποιος άλλος**

Είδος: Συγγραφή, συζήτηση

**Ορολογία / θέμα**

Ενδοπροσωπικά χαρακτηριστικά, αυτεπίγνωση, ενδοπροσωπική ανάπτυξη.

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

Προσπαθούμε να δούμε τον εαυτό μας σαν παρατηρητές, προκειμένου να αποκτήσουμε επίγνωση των προσωπικών μας χαρακτηριστικών.

Η ανάπτυξη αυτής της ενδοσκοπικής ικανότητας μπορεί να μας βοηθήσει να κατανοούμε τους άλλους καλύτερα, πράγμα σημαντικό όταν εργαζόμαστε σε ομάδα.

**Περιγραφή****Βήμα 1**

Κάθε εκπαιδευόμενος θα πρέπει να γράψει μία έκθεση για ένα συγκεκριμένο ιστορικό ή φανταστικό πρόσωπο το οποίο θα ήθελε να είναι.

**Βήμα 2**

Ανάγνωση επιλεγμένων εκθέσεων στην ομάδα.

**Βήμα 3**

Συζήτηση για τις διαφορές χαρακτήρων.

Σημείωση: Θα είχε ενδιαφέρον να περιγράφονται οι ίδιοι χαρακτήρες από διαφορετικούς εκπαιδευόμενους. Αυτό θα μπορούσε να καταδείξει τις διαφορετικές προσεγγίσεις σε συγκεκριμένους χαρακτήρες (κάθε άνθρωπος παρατηρεί άλλα πράγματα).

Είναι απαραίτητο να δίνονται οδηγίες στους εκπαιδευόμενους σχετικά με την λεπτομερή περιγραφή των επιλεγμένων χαρακτήρων.





**ΜΑΘΗΜΑ 5: Διαθεματικές ικανότητες**

5.1: Ενδοπροσωπικές ικανότητες: Οικοδομώντας τις εσωτερικές δεξιότητες

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Εάν ήμουν κάποιος άλλος**

Είδος: : Συγγραφή, συζήτηση

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων

**Απαιτούμενα υλικά**

Μολύβι και χαρτί

**Διάρκεια**

2 ώρες

**Πηγές**<https://www.healthline.com/health/mental-health/intrapersonal-skills#therapy>

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Η οπτική μου**

Είδος: γραπτός λόγος

**Ορολογία / θέμα**

Οπτική, προσωπική άποψη. Ξαναγράψτε μία ιστορία από την δική σας οπτική

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

Κατανόηση πως διαφορετικοί άνθρωποι έχουν διαφορετικές απόψεις.

Επίγνωση του γεγονότος πως οι απόψεις καθορίζονται από ενδοπροσωπικά χαρακτηριστικά.

**Περιγραφή****Βήμα 1**

Κάθε εκπαιδευόμενος θα πρέπει να γράψει μία έκθεση για ένα συγκεκριμένο ιστορικό ή φανταστικό πρόσωπο το οποίο θα ήθελε να είναι.

**Βήμα 2**

Ανάγνωση επιλεγμένων εκθέσεων στην ομάδα.

**Βήμα 3**

Συζήτηση για τις διαφορές χαρακτήρων.

Σημείωση: Θα είχε ενδιαφέρον να περιγράφονται οι ίδιοι χαρακτήρες από διαφορετικούς εκπαιδευόμενους. Αυτό θα μπορούσε να καταδείξει τις διαφορετικές προσεγγίσεις σε συγκεκριμένους χαρακτήρες (κάθε άνθρωπος παρατηρεί άλλα πράγματα).

Είναι απαραίτητο να δίνονται οδηγίες στους εκπαιδευόμενους σχετικά με την λεπτομερή περιγραφή των επιλεγμένων χαρακτήρων.



ΜΑΘΗΜΑ 5: Διαθεματικές ικανότητες

5.1: Ενδοπροσωπικές ικανότητες: Οικοδομώντας τις εσωτερικές δεξιότητες

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Η οπτική μου

Είδος: γραπτός λόγος

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Μολύβι και χαρτί

### Διάρκεια

1 ώρα

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Εάν είχα γεννηθεί στην άλλη άκρη του κόσμου

Είδος: Συζήτηση

### Ορολογία / θέμα

Επικοινωνία - μοιραστείτε με ποιόν τρόπο θα ήσασταν διαφορετικοί εάν είχατε γεννηθεί σε έναν άλλο πολιτισμό

### Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

Κατανόηση πως πολλές ενδοπροσωπικές ικανότητες συνδέονται ως έναν βαθμό με τον πολιτισμό και το περιβάλλον από το οποίο προερχόμαστε.

### Περιγραφή

#### Βήμα 1

Ο εκπαιδευτής εξηγεί την δραστηριότητα. Κάθε εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλέξει μία κουλτούρα διαφορετική από την δική του και να προσπαθήσει να εντοπίσει όσο περισσότερες διαφορές γίνεται.

Σκοπός είναι να φανταστούμε πώς θα ήμασταν στ' αλήθεια αν προερχόμασταν από αυτό το έθνος και αυτόν τον πολιτισμό.

#### Βήμα 2

Συζήτηση μεταξύ των εκπαιδευόμενων - καταιγισμός ιδεών για την κατάδειξη των διαφορών.



ΜΑΘΗΜΑ 5: Διαθεματικές ικανότητες

5.1: Ενδοπροσωπικές ικανότητες: Οικοδομώντας τις εσωτερικές δεξιότητες

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: Εάν είχα γεννηθεί στην άλλη άκρη του κόσμου

Είδος: Συζήτηση

### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

### Απαιτούμενα υλικά

Μολύβι και χαρτί

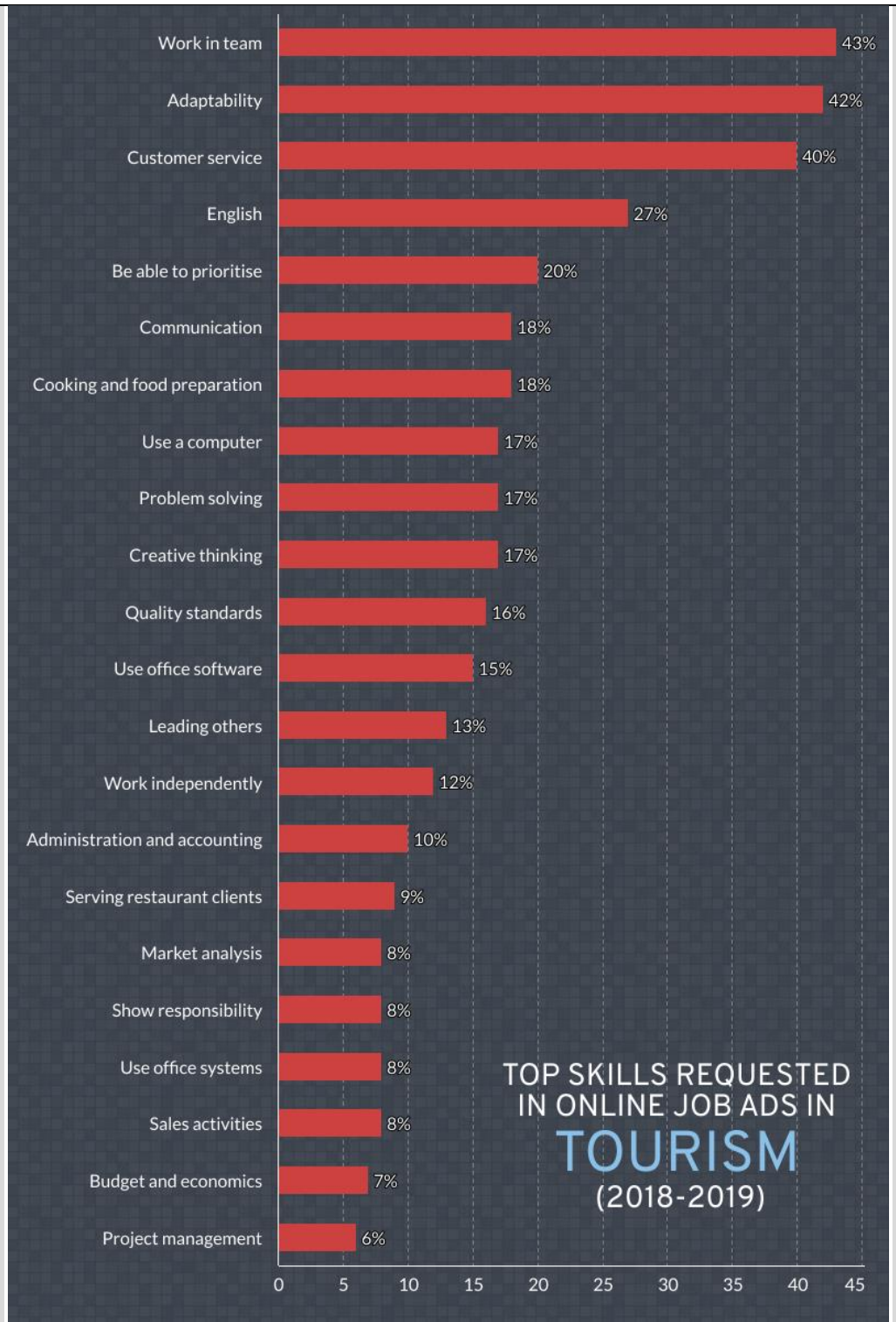
### Διάρκεια

2 ώρες

<b>Μάθημα 5</b> <b>Κεφάλαιο</b> <b>5.2</b>	<b><i>Ενδοπροσωπικές ικανότητες: Ομαδική εργασία και διαχείριση κρίσεων</i></b>
<b>Κοινό στο οποίο απευθύνεται</b> <b>I</b>	Επαγγελματίες στον τουρισμό, σχεδιαστές και συντονιστές τουριστικών περιηγήσεων, ξεναγοί.
<b>Στόχοι</b>	Αυτό το Κεφάλαιο θα συνεισφέρει στην ανάπτυξη διαθεματικών ικανοτήτων που σχετίζονται με την ικανότητα να εργάζεστε μαζί με άλλους για κοινούς στόχους: για την ανάπτυξη και εφαρμογή μιας περιήγησης ανακάλυψης και την προώθηση του πολιτιστικού βιώσιμου τουρισμού στις πόλεις-λιμάνια. Θα πρέπει να συνεισφέρει στην αποτροπή τυχόν προβληματικής επικοινωνίας και παρεξηγήσεων που καταστρέφουν την αποτελεσματικότητα μιας ομάδας, στην δημιουργία καλού κλίματος, και στην συνολική βελτίωση των δυναμικής της περιήγησης ανακάλυψης!
<b>Εκπαιδευτικά αποτελέσματα</b>	<p><i>Ικανότητα να επικοινωνείτε με σαφήνεια.</i></p> <p><i>Ικανότητα να διαχειρίζεστε τον χρόνο.</i></p> <p><i>Προθυμία να διατηρείτε την εστίασή σας.</i></p> <p><i>Ικανότητα να συνεργάζεστε μέσα σε μία ομάδα.</i></p> <p><i>Επίγνωση της θέσης σας στην διαδικασία.</i></p> <p><i>Ικανότητα προσαρμογής στο εκάστοτε ακροατήριο: εξέταση των διαφορετικών ακροατηρίων που ενδιαφέρονται για το θέμα του έργου, αναζήτηση των αναγκών και των αποκρίσεων.</i></p> <p><i>Να είστε ανοιχτοί σε διαφορετικά ακροατήρια, και να προσαρμόζετε τα βήματά σας στην διαδικασία.</i></p> <p><i>Ικανότητα να μιλάτε δημόσια (επεξεργασία του περιεχομένου, καθαρή φωνή, αναπνοή, γραμματική, γλώσσα του σώματος, κλπ.).</i></p> <p><i>Να δημιουργείτε την ευχάριστη ατμόσφαιρα στην εργασία που θα ενθαρρύνει και θα αναπτύσσει την δημιουργικότητα.</i></p> <p><i>Να εξασκείτε την διαβίωση με συνειδητότητα σε σχέση με τους άλλους ανθρώπους και να διαμορφώνετε τις σχέσεις σας ενεργά.</i></p> <p><i>Προθυμία να διαμορφώνετε ένα ευχάριστο και λειτουργικό περιβάλλον.</i></p>
<b>Διάρκεια (εκτίμηση)</b>	Περίπου 5 ώρες



<b>Εστίαση του περιεχομένου</b>	<i>Διαθεματικές ικανότητες, ενδοπροσωπικές ικανότητες, ομαδικότητα, διαπολιτισμικός διάλογος, διαπολιτισμική γνώση, αποτροπή και διαχείριση κρίσεων.</i>
<b>Εισαγωγικό κείμενο</b>	<p>Μία από τις προστιθέμενες αξίες που παρέχεται από την προσέγγιση του έργου HHST είναι πως περιλαμβάνει και εξυπηρετεί διαφορετικούς τοπικούς συντελεστές, σε διαφορετικά επίπεδα, όπου όλοι εργάζονται για τον βιώσιμο πολιτιστικό τουρισμό. Η μέθοδος απαιτεί φυσικά μία θετική διάθεση και ικανότητες ομαδικής εργασίας.</p> <p>Οι διαπροσωπικές ικανότητες είναι οι ικανότητες που χρησιμοποιούμε για να αλληλεπιδρούμε με τους άλλους, είτε μιλάμε για συναδέλφους, συνεταιίρους, ή πελάτες. Στην πραγματικότητα, είναι οι ικανότητες που χρησιμοποιούμε στην καθημερινότητά μας για να επικοινωνούμε και να συνεργαζόμαστε.</p> <p>Περιλαμβάνουν ένα μεγάλο εύρος ικανοτήτων όπως επικοινωνιακές, επάρκεια στις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας (ICT), επάρκεια σε ξένες γλώσσες, ηγετική ικανότητα, κλπ.</p> <p>Αυτό το Κεφάλαιο θα εστιάσει στις δυναμικές μέσα σε μία ομάδα και στην διαχείριση κρίσεων, τα οποία παίζουν σημαντικό ρόλο για:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Τους σχεδιαστές και συντονιστές πολιτιστικών περιηγήσεων οι οποίοι εργάζονται με όλους όσους διεξάγουν και δίνουν ζωή στην περιήγηση: μία ομάδα ξεναγών και συνοδών, πρεσβευτές και παράγοντες του HHST (τοπικές αρχές, δημόσιοι φορείς, επιχειρήσεις, κλπ.).</li><li>- Τους ξεναγούς και συνοδούς που πρέπει να διαχειριστούν διαφορετικές ομάδες επισκεπτών, με το δικό τους κάθε φορά πολιτιστικό υπόβαθρο.</li></ul>
<b>Λίγη θεωρία</b>	<p>Όπως διατυπώθηκε από το CEDEFOP (Ευρωπαϊκό Κέντρο για την Ανάπτυξη της Επαγγελματικής Κατάρτισης) το 2020, "Οι διαθεματικές ικανότητες, όπως η ομαδικότητα, η προσαρμοστικότητα, η ικανότητα προτεραιοποίησης, η επικοινωνία και η επίλυση προβλημάτων, κυριαρχούν στις αναζητήσεις των εργοδοτών στις διαδικτυακές αγγελίες στον τουριστικό τομέα.</p> <p><b>Αναζήτηση ικανοτήτων στον τουριστικό τομέα, 2018-2019</b></p>



Πηγή: CEDEFOP (2020). Η εξέλιξη των ικανοτήτων και των τάσεων στον τουριστικό τομέα. *Skills Panorama Analytical Highlights*.

[https://skills Panorama.cedefop.europa.eu/en/analytical\\_highlights/skills-developments-and-trends-tourism-sector](https://skills Panorama.cedefop.europa.eu/en/analytical_highlights/skills-developments-and-trends-tourism-sector)

Σημείωση: Το ποσοστό αντιστοιχεί στην αναλογία αγγελιών αναζήτησης υπαλλήλων στον τουριστικό τομέα στις οποίες ζητείται μία συγκεκριμένη ειδίκευση.





Η ομαδικότητα και η προσαρμοστικότητα είναι επομένως δύο κρίσιμες διαθεματικές ικανότητες στον τουριστικό τομέα.

### **Ομαδικότητα**

Η επιτυχία των περιηγήσεων ανακάλυψης HHST εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ομαδικότητα. Ο τρόπος με τον οποίο οι συντονιστές των περιηγήσεων θα διαδράσουν με τους ξεναγούς και τους τοπικούς παράγοντες, και ακολούθως οι ξεναγοί με τους επισκέπτες και τους πρεσβευτές, θα συνεισφέρει στην ελκυστικότητα και στις πολιτιστικές και οικονομικές επιπτώσεις αυτών των τουριστικών προϊόντων.

Μία καλή ομαδική εργασία θα συνεισφέρει επίσης στην κοινή κτήση της περιήγησης ανακάλυψης, καθώς όλοι θα εργάζονται για την προώθηση των τοπικών θησαυρών και της κληρονομιάς.

Μία καλή ομαδική εργασία εξαρτάται από αρκετούς παράγοντες και κυρίως από:

1. **Κοινοί και κατανοητοί στόχοι:** Όσοι συνεισφέρουν στην περιήγηση ανακάλυψης θα πρέπει να γνωρίζουν τι αφορά αυτή η τουριστική πρωτοβουλία (το κύριο θέμα), γιατί αναπτύχθηκε γύρω από την συγκεκριμένη διαδρομή (πολιτιστικοί και κοινωνικο-οικονομικοί στόχοι) και ποια είναι η κληρονομιά την οποία επιδιώκει να αναδείξει καθώς και γιατί αυτή η κληρονομιά αξίζει να κοινοποιηθεί στους επισκέπτες. Αυτή είναι η προϋπόθεση για να δεσμευτούν τα μέλη της ομάδας και να προσπαθήσουν για αυτόν τον σκοπό.
2. **Καθορισμένοι με σαφήνεια στόχοι και υπευθυνότητες:** Μία περιήγηση ανακάλυψης εμπλέκει μία σειρά ανθρώπων και ικανοτήτων, από την σύλληψη μέχρι την εφαρμογή της. Είναι πολύ σημαντικό κάθε συμμετέχων να γνωρίζει την θέση, τον ρόλο και τις αρμοδιότητές του.
3. **Κανόνες εδραιωμένοι από κοινού για την λήψη αποφάσεων, την εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία, την παρακολούθηση και αξιολόγηση:** Είναι σημαντικό όσοι παίρνουν μέρος στην υλοποίηση της περιήγησης να έχουν επίγνωση των διαφόρων διαδικασιών που βοηθούν την καλή επικοινωνία, την διαχείριση και την επίλυση προβλημάτων, καθώς και την βελτίωση.



4. Συνεχής, αποτελεσματική και με σεβασμό επικοινωνία: Τα νέα μέσα επικοινωνίας και τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να βοηθήσουν την διατήρηση της επικοινωνίας, όταν λειτουργούν συμπληρωματικά στις δια ζώσης συναντήσεις. Η αποτελεσματική επικοινωνία απαιτεί την ικανότητα να εκφράζεται ο καθένας με σαφήνεια και αυτοπεποίθηση ακόμα και όταν υπάρχουν διαφωνίες μέσα στην ομάδα. Η επικοινωνία με σεβασμό απαιτεί κατανόηση των προσδοκιών και της οπτικής των διαφορετικών ακροατηρίων και την εμπλοκή σε διαπολιτισμικό διάλογο.

Στο πλαίσιο του τουρισμού και των περιηγήσεων ανακάλυψης ΗΗST, θα μπορούσε κάποιος να προσθέσει και την **“διαπολιτισμική γνώση”**, δηλαδή, την “γνώση για τις ομοιότητες, τις διαφορές, και τις σχέσεις μεταξύ των πολιτισμών. Αυτή η γνώση βοηθά τους ανθρώπους να στέκονται απέναντι στην παραπληροφόρηση και τα στερεότυπα για άλλες χώρες και ανθρώπους” (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, OECD, 2018).

Κάθε ομάδα επισκεπτών, κάθε ομάδα πρεσβευτών του ΗΗST, θα έχει τις δικές του πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και έθιμα τα οποία ο συντονιστής ή διαμεσολαβητής της ομάδας θα πρέπει να λάβει υπόψη. Για παράδειγμα, η επίσκεψη σε μια ορθόδοξη εκκλησία στην Ελλάδα με επισκέπτες από την Γερμανία, το Μαρόκο ή το Ισραήλ θα χρειαστεί πιθανότατα αναφορά στα κοινά σύμβολα και εξηγήσεις για τις συγκεκριμένες πρακτικές. Η συμμετοχή των επισκεπτών σε μία γιορτή μπορεί να συνδεθεί με τις κοινές αξίες ή με παραδόσεις σε άλλες χώρες ή περιοχές.

Υπάρχει πάντα τρόπος να βρεθούν κοινές πολιτισμικές ή κοινωνικο-πολιτισμικές αναφορές οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν την ερμηνεία ενός τοπικού πλαισίου, μιας παράδοσης ή μιας πολιτισμικής ιδιαιτερότητας, συνεισφέροντας έτσι στην διαπολιτισμική κατανόηση. (δείτε επίσης *Μάθημα 2, Κεφάλαια 1 και 3*)

**Σχετικά με  
τις  
προτεινόμε  
νες  
δραστηριό  
τητες**

Δραστηριότητα 1: ASSOCIOGRAM, μία λέξη, διαφορετικές οπτικές  
Δραστηριότητα 2: Αυτοί που μας περιβάλλουν  
Δραστηριότητα 3: Παιχνίδι πέντε λέξεων

**Προετοιμα  
σία**

Για να προετοιμάσετε τις δραστηριότητες μπορείτε να διαβάσετε το “Ένα πρότυπο διαπολιτισμικών ικανοτήτων” σελίδα 30, του Συμβουλίου της Ευρώπης (2018) Εργαλειοθήκη 4, Διαπολιτισμική μάθηση. <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262514/PREMS+042218+T-kit4+WEB.pdf/37396481-d543-88c6-dccc-d81719537b32>



	<p>Απαριθμεί χαρακτηριστικά στοιχεία τα οποία αναπτύσσοντας κάποιος μπορεί να εξοπλιστεί για να αντιμετωπίσει διαπολιτισμικά περιβάλλοντα.</p>
<p><b>Θέλετε να εμβαθύνετε περισσότερο;</b></p>	<p>OECD PISA (2018) Ετοιμάζοντας την νεολαία μας για έναν συμπεριληπτικό και βιώσιμο κόσμο - Το παγκόσμιο πλαίσιο ικανοτήτων του OECD PISA. <a href="https://www.oecd.org/education/Global-competency-for-an-inclusive-world.pdf">https://www.oecd.org/education/Global-competency-for-an-inclusive-world.pdf</a></p> <p>Τεχνολογικό Ινστιτούτο Μασαχουσέτης (MIT) <a href="https://www.indeed.com/career-advice/career-development/tips-for-effective-teamwork">https://www.indeed.com/career-advice/career-development/tips-for-effective-teamwork</a></p> <p>Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού - UNWTO (2021) Έκθεση Πολιτικής “Το μέλλον της εργασίας και της ανάπτυξης δεξιοτήτων στον τουρισμό”. <a href="https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421213">https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421213</a></p> <p>Συμβούλιο της Ευρώπης (2018) Εργαλειοθήκη 4 Διαπολιτισμική μάθηση. <a href="https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262514/PREMS+042218+T-kit4+WEB.pdf/37396481-d543-88c6-dccc-d81719537b32">https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262514/PREMS+042218+T-kit4+WEB.pdf/37396481-d543-88c6-dccc-d81719537b32</a></p> <p>Συμβούλιο της Ευρώπης (2015) Εργασίες για την Δημοκρατία, 60 δραστηριότητες για την εκμάθηση και αξιολόγηση διαθεματικών συμπεριφορών, δεξιοτήτων και γνώσεων, Pestalozzi Series No. 4 <a href="https://www.coe.int/t/dg4/education/pestalozzi/Source/Documentation/Pestalozzi4_EN.pdf">https://www.coe.int/t/dg4/education/pestalozzi/Source/Documentation/Pestalozzi4_EN.pdf</a></p>

Είδος: Παιχνίδι, νοητικός χάρτης

**Ορολογία / θέμα**

Επικοινωνία, διαπολιτισμική επικοινωνία, διαπολιτισμικός διάλογος, λεξιλόγιο, νοητικός χάρτης

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Διαπολιτισμική γνώση.
- Πολιτισμικές διαφορές στην επικοινωνία.
- Ικανότητα επικοινωνίας με σαφήνεια.
- Ικανότητα συνεργασίας μέσα σε ομάδα.
- Επίγνωση της δικής σας θέσης στην διαδικασία.

**Περιγραφή**

Προκειμένου να προσδιορίσετε τους ανθρώπους που θα αποτελέσουν τους πόρους σας, υπάρχουν διαθέσιμες αρκετές μέθοδοι εργασίας, όπως:

**Βήμα 1. Επιλογή λεξιλογίου**

Ο εκπαιδευτής θα επιλέξει τις λέξεις με τις οποίες θέλει να εργαστούν οι συμμετέχοντες. Οι επιλεγμένες λέξεις θα πρέπει να εφαρμόζονται σε όλες τις γλώσσες. Στο πλαίσιο του ΗΗST, θα μπορούσαν να είναι: πολιτισμός, κληρονομιά, παράδοση, λιμάνι, κλπ.

**Βήμα 2. Συσχέτιση λέξεων (10')**

Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες μέχρι 5 ατόμων και καλούνται να προβληματιστούν για το νόημα συνηθισμένων λέξεων που χρησιμοποιούν, καθώς και τί συσχετίζουν με αυτές.

Βοήθημα: Σε περίπτωση πολύγλωσσης ομάδας, ο εκπαιδευτής μπορεί να τοποθετήσει μαζί τους ομόγλωσσους και στην συνέχεια να συγκρίνει τις ομάδες, ή να διαμορφώσει μεικτές ομάδες εξαρχής και να τις αφήσει να συζητήσουν τις διάφορες συσχετίσεις.

Θα διαμορφώσουν στην συνέχεια ένα associogram (συνειρμόγραμμα) (δείτε το πρότυπο) με ό,τι νοήματα/συνδέσμους/συσχετίσεις αφορούν κάθε λέξη.

**Βήμα 3. Παρουσίαση και ανασκόπηση (20')**

Κάθε ομάδα παρουσιάζει στις υπόλοιπες το δικό της associogram (μπορούν όλα να επικολληθούν στον τοίχο ώστε όλες οι ομάδες να έχουν την πλήρη εικόνα των αποτελεσμάτων). Για την ανασκόπηση, ο εκπαιδευτής μπορεί να χρησιμοποιήσει τις παρακάτω ερωτήσεις για να υποβοηθήσει την συζήτηση:

- Πόσο εύκολα βρήκατε συσχετίσεις των λέξεων;
- Αιφνιδιαστήκατε από κάποιες συσχετίσεις που έκαναν άλλοι;

## ΜΑΘΗΜΑ 5: Διαθεματικές ικανότητες

### 5.2: Διαπροσωπικές ικανότητες: Ομαδική εργασία και διαχείριση κρίσεων ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: ASSOCIOGRAM, μία λέξη, διαφορετικές οπτικές

Είδος: Παιχνίδι, νοητικός χάρτης

#### Περιγραφή

- Τι συνειδητοποιήσατε;
- Τι έχετε να πείτε για την γλώσσα και την διαπολιτισμική επικοινωνία;
- Τι αποκομίσατε από αυτή την άσκηση;

*Βοήθημα:* Μία από τις πτυχές που πρέπει να υπογραμμιστούν όσον αφορά τον απολογισμό, είναι πως η γλώσσα αποτελεί το αποτέλεσμα κοινωνικών συμβάσεων, και προκειμένου να συνεννοούμαστε μεταξύ μας, θα πρέπει να έχουμε υπομονή και να είμαστε ανοιχτοί απέναντι σε άλλες οπτικές και αντιλήψεις για τις ίδιες λέξεις.

*Πρότυπο associogram (συνειρμόγραμμα):*



#### Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

#### Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας και μαρκαδόροι

**ΜΑΘΗΜΑ 5: Διαθεματικές ικανότητες****5.2: Διαπροσωπικές ικανότητες: Ομαδική εργασία και διαχείριση κρίσεων  
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1: ASSOCIOGRAM, μία λέξη, διαφορετικές οπτικές**

Είδος: Παιχνίδι, νοητικός χάρτης

**Διάρκεια**

30 λεπτά

**Πηγές**

Συμβούλιο της Ευρώπης (2018) T-Kit 4 Διαπολιτισμική μάθηση <https://rjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262514/PREMS+042218+T-kit4+WEB.pdf/37396481-d543-88c6-dccc-d81719537b32>

Euro-Institut, NovaTris (2015) "Inventaire de méthodes pour l'apprentissage interculturel",  
[https://www.euroinstitut.org/fileadmin/user\\_upload/07\\_Dokumentation/Publikation\\_en/Download/Inventaire\\_methodes\\_apprentissage\\_interculturel.pdf](https://www.euroinstitut.org/fileadmin/user_upload/07_Dokumentation/Publikation_en/Download/Inventaire_methodes_apprentissage_interculturel.pdf)

**Πόροι**

Συμβούλιο της Ευρώπης (2018) T-Kit 4 Διαπολιτισμική μάθηση <https://rjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262514/PREMS+042218+T-kit4+WEB.pdf/37396481-d543-88c6-dccc-d81719537b32>

## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Αυτοί που μας περιβάλλουν

Είδος: Παιχνίδι ρόλων,  
δυναμική ομάδα

## Ορολογία / θέμα

Παράγοντες, ομάδες ενδιαφέροντος, διατήρηση κληρονομιάς, λήψη αποφάσεων.

## Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα

- Καλή προδιάθεση, συνθετότητα, επικοινωνία και αλληλεπίδραση.
- Εξάσκηση της ενσυναίσθησης προς τους άλλους και της ενεργητικής διαμόρφωσης της σχέσης μαζί τους.
- Ικανότητα να προσαρμοστείτε στο εκάστοτε ακροατήριο: Εξέταση των διαφόρων ακροατηρίων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για το θέμα του έργου, διερεύνηση των αναγκών και των αντιδράσεών τους.

## Περιγραφή

**Βήμα 1.** (20 λεπτά)

Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες μέχρι 8 άτομα.

Χρησιμοποιείτε μία συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης για το παιχνίδι ρόλων\*, για να καταδείξετε τους διαφορετικούς ρόλους και τρόπους τους οποίους μπορούν να αναπτύξουν οι άνθρωποι, οι ομάδες, ή οι διοικητικές αρχές στην συζήτηση για την διατήρηση της κληρονομιάς.

Σε κάθε ομάδα ορίζονται δύο παρατηρητές οι οποίοι θα ακούν την συζήτηση, χωρίς να παρεμβαίνουν.

**Βήμα 2.** (10 λεπτά)

Συγκεντρώνονται όλες οι ομάδες και αποκαλύπτουν την απόφαση που πήραν. Στην συνέχεια οι παρατηρητές σχολιάζουν αυτά που παρατήρησαν κατά την διάρκεια του παιχνιδιού ρόλων. Η συζήτηση κατευθύνεται από ερωτήσεις που θέτει ο εκπαιδευτής.

**Βήμα 3.**

Ο εκπαιδευτής εξηγεί πώς διαμορφώνεται η χαρτογράφηση των παραγόντων. Στην συνέχεια, αναπτύσσει έναν τέτοιο χάρτη, χρησιμοποιώντας την μελέτη περίπτωσης από το παιχνίδι ρόλων σαν παράδειγμα, ενώ ενθαρρύνει τους πάντες να συμμετέχουν.

**Βήμα 4.** (30 λεπτά)

Σχηματίζονται ομάδες με κάποιο κοινό χαρακτηριστικό (όπως προέλευση, κοινά ενδιαφέροντα, ή πολιτισμικό υπόβαθρο) και κάθε ομάδα καλείται να δημιουργήσει τον δικό της χάρτη παραγόντων για μία περίπτωση με την οποία τα μέλη της είναι εξοικειωμένα.



## ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2 : Αυτοί που μας περιβάλλουν

Είδος: Παιχνίδι ρόλων,  
δυναμική ομάδα

## Περιγραφή

**Βήμα 5.** (15 λεπτά)

Τελικά, με την παρουσία όλων των εκπαιδευόμενων, οι ομάδες παρουσιάζουν τις χαρτογραφήσεις τους, εξηγούν τον δικό τους ρόλο μέσα σε αυτές, καθώς και εάν (και πώς) θα μπορούσαν να επηρεάσουν άλλους παράγοντες.

\* Οι ομάδες θα μπορούσαν επίσης να προετοιμάσουν διαφορετικές χαρτογραφήσεις παραγόντων, βασισμένες στην ίδια μελέτη περίπτωσης, για παράδειγμα, αφού πάρουν συνέντευξη από ένα πρόσωπο για ένα συγκεκριμένο θέμα, εφόσον ένα τέτοιο πρόσωπο είναι εύκολο να βρεθεί. Ωστόσο, αυτό προσθέτει λίγο χρόνο ακόμα προκειμένου να γίνει η συνέντευξη.

## Τοποθεσία

Αίθουσα συναντήσεων

## Απαιτούμενα υλικά

Χαρτοπίνακας, μελέτη περίπτωσης, κάρτες παιχνιδιού ρόλων, χρωματιστοί μαρκαδόροι.

## Διάρκεια

1,5 ώρα

## Πηγές

Έργο YCARHe <http://www.ycarhe.eu/en/resources/toolboxEuro-Institut>



**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3 : Παιχνίδι πέντε λέξεων**

Είδος: Χτίσιμο ομάδας,  
διαχείριση κρίσεων

**Ορολογία / θέμα**

Επικοινωνία, συνεργασία, καταιγισμός ιδεών (brainstorming), χτίσιμο ομάδας

**Ικανότητες / Προσδοκώμενα εκπαιδευτικά αποτελέσματα**

- Ικανότητα συνεργασίας μέσα στην ομάδα.
- Επίγνωση της θέσης σας μέσα στην διαδικασία.
- Δημιουργία μιας ευχάριστης ατμόσφαιρας που θα ενθαρρύνει και θα αναπτύξει την δημιουργικότητα των συμμετεχόντων.
- Προθυμία θα δημιουργήσετε ένα ευχάριστο, κοινωνικά και εργασιακά περιβάλλον.

**Περιγραφή**

Αυτή η δραστηριότητα αποτελεί ένα συλλογικό εργαλείο επεξεργασίας, έναν τρόπο να παρέχετε μία οπτική αναπαράσταση των συλλογικών θέσεων για ένα συγκεκριμένο θέμα.

**Βήμα 1. Πέντε βασικές λέξεις**

Ο εκπαιδευτής ανακοινώνει ένα θέμα το οποίο θα είναι, για παράδειγμα:

- Τι είναι ο βιώσιμος τουρισμός;
- Τι είναι η κληρονομιά του λιμανιού;
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά μίας καλής περιήγησης ανακαλύψεων;
- Ποιες είναι οι βασικές δεξιότητες ενός καλού ξεναγού ή συνοδού;

Κάθε εκπαιδευόμενος παίρνει ένα φύλλο χαρτιού και γράφει πέντε βασικές λέξεις σε σχέση με το θέμα που τους έχει ανατεθεί.

**Βήμα 2. Από το δέκα στο πέντε**

Όταν τελειώσουν, η ομάδα σχηματίζει δυάδες. Κάθε ζευγάρι έχει τώρα 10 λέξεις και σκοπός είναι να καταλήξει στις πέντε που το εκπροσωπούν καλύτερα, μέσα από μία διαδικασία που οδηγεί σε μία κοινή περίληψη. Οι λέξεις μπορούν να προέρχονται από την λίστα του ενός ή του άλλου, αλλά θα μπορούσε να προκύψουν 5 νέες λέξεις ως αποτέλεσμα της σύγκρισης.

Κάθε ζευγάρι ενώνεται με άλλο ένα σχηματίζοντας μία ομάδα των τεσσάρων. Η τετράδα τώρα έχει πάλι 10 λέξεις και θα πρέπει να κάνει την ίδια διαδικασία όπως προηγουμένως. Ανάλογα με τον συνολικό αριθμό των συμμετεχόντων η διαδικασία συνεχίζεται μέχρι να απομείνουν μόνο δύο ομάδες, οι οποίες θα επεξεργάζονται η κάθε μία τις δικές της πέντε λέξεις.



**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3 : Παιχνίδι πέντε λέξεων**

Είδος: Χτίσιμο ομάδας,  
διαχείριση κρίσεων

**Περιγραφή**

Σε αυτό το σημείο εκλέγουν έναν εκπρόσωπο.

**Βήμα 3. Η ολομέλεια**

Οι δύο εκπρόσωποι γράφουν τις πέντε λέξεις της μίας ομάδας στον χαρτοπίνακα και τις συγκρίνουν με αυτές της άλλης ομάδας. Βοηθούν στην κατάδειξη του εάν οι διαφορετικές λέξεις έχουν κοινό ή διαφορετικό νόημα.

Αυτό βοηθά στο να γίνει κατανοητό εάν οι δύο ομάδες έχουν καταλήξει σε παρόμοια ή αντιθετικά συμπεράσματα.

Οι εκπρόσωποι σε αυτό το σημείο θα προσδιορίσουν μόνο τι σημαίνουν οι λέξεις που επέλεξε η ομάδα τους. Δεν θα κάνουν κάποια διαπραγμάτευση. Όλοι οι παρόντες μπορούν να ζητήσουν εξηγήσεις από τον εκπρόσωπο της άλλης ομάδας για το νόημα των λέξεων και να εκφράσουν οι ίδιοι την συμφωνία ή διαφωνία τους.

*Βοήθημα για τον εκπαιδευτή:*

Στο τέλος της δραστηριότητας, οι 5 βασικές λέξεις μπορούν να σχηματίσουν έναν πίνακα που θα εκπροσωπεί τις σκέψεις της ομάδας για το αντικείμενο συζήτησης, χωρίς να υπάρξει κάποια εξωτερική παρέμβαση για τον επηρεασμό της διαδικασίας.

Αποτελεί επίσης ένα εργαλείο το οποίο μπορεί να παρέχει μία καλή περίληψη της εργασίας που έγινε για την ανάπτυξη του έργου και μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε κάθε κομβικό σημείο του έργου.

**Τοποθεσία**

Αίθουσα συναντήσεων

**Απαιτούμενα υλικά**

Χαρτοπίνακας, μαρκαδόροι, χαρτιά, μολύβια

**Διάρκεια**

Συναντήσεις εργασίας (μπορεί να υλοποιηθεί σε μία ή περισσότερες συναντήσεις εργασίας)

**Πηγές**

Έργο YCARHe <http://www.ycarhe.eu/en/resources/toolboxEuro-Institut>

AMESCI [www.amesci.org](http://www.amesci.org)

HARBOR HERITAGE STORY TELLING  
PROJECT NUMBER 2019-1-FR01-KA204-063017

---



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

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

