

EDUKACIJA

Hrvatska turistička zajednica sukladno Programu rada za 2014. godinu provodi projekt obrazovanja djelatnika sustava turističkih zajednica i zaposlenika ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila njihova marketinška znanja, a time i poboljšala učinkovitost promocije na mikro i makro razini.

Slijedom navedenog, Hrvatska turistička zajednica u suradnji s tvrtkama Janus Pim i Algebra nudi specijalizirane obrazovne programe podijeljene u tri područja edukacije pomoću kojih će sudionici predavanja iz svih razina sustava turističkih zajednica te svih razina javnog i privatnog turističkog sektora dobiti ne samo relevantna teorijska, nego prije svega praktična znanja o načinima poboljšanja svojih aktivnosti vezanih uz sve naprijed navedene sadržaje.

Edukacija je namijenjena rukovoditeljima i menadžerima na visokim pozicijama u javnom i privatnom sektoru, višem i srednjem menadžmentu sustava turističkih zajednica (Hrvatska turistička zajednica, turističke zajednice županija, gradova, općina i mjesta) te predstavnicima svih segmenata turističke industrije. Edukacija bi trebala rezultirati poboljšanjem praktičnih znanja i vještina polaznika te mogućnošću njihove neposredne primjene u daljnjem operativnom djelovanju/poslovanju.

Tvrtke koje će provoditi edukaciju imaju sve relevantne kvalifikacije i iskustvo te predavače s vrhunskim edukacijskim sposobnostima za obrazovanje u tri područja koja su predmet edukacije u ovoj godini, a to su:

1. Razvoj DMO,
2. Razvoj selektivnih oblika turizma i proizvoda za tržišta posebnih interesa,
3. Internet marketing.

U prilogu ovog dopisa šaljem Vam detaljnu tablicu s naznačenim područjima edukacije, modulima, sadržajem edukacije, trajanjem edukacije, brojem lokacija, ciljanom skupinom polaznika za područja edukacije.

Predviđeno je da se do kraja studenoga ove godine održe predavanja na nekoliko lokacija u navedenim područjima i to kako slijedi.

1. Razvoj DMO – Zagreb, Osijek, Opatija/Pula, Zadar, Split, Dubrovnik
2. Razvoj selektivnih oblika turizma i proizvoda za tržišta posebnih interesa – Zagreb, Osijek, Opatija/Pula, Zadar, Split, Dubrovnik, Šibenik, Tuheljske toplice, Daruvar
3. Internet marketing - Zagreb, Osijek, Opatija/Pula, Zadar, Split, Dubrovnik.

Prijave će se obavljati na: <http://business.croatia.hr/hr-HR/HTZ-Edukacija-2014>

Kada se popuni broj sudionika, sustav za prijavu će automatski obavještavati da se više nije moguće prijaviti za određeno predavanje.

O svim predavanjima u vašoj destinaciji bit ćete obaviješteni putem poziva. Predavanja će se odvijati od 10.00 do 16.00 sati s pauzom/zakuskom u trajanju od 45 minuta u organizaciji Hrvatske turističke zajednice.

OPIS PROJEKTA EDUKACIJE

Sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. i Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020., Hrvatska turistička zajednica će tijekom 2014. godine provoditi aktivnosti kojima će podupirati razvoj turističke ponude i aktivnosti upravljanja destinacijama usmjerene na ostvarenje postavljenih ciljeva, a to se prvenstveno odnosi na razvoj ponude destinacija u razdoblju pred i posezone (PPS), segmente proizvoda s većom dodanom vrijednošću koji mogu pridonijeti povećanju turističke potrošnje (složeni turistički proizvodi destinacije i specifični/tematski proizvodi), kao i sadržaje koji će djelovati na jačanje branda.

Također će se nastaviti aktivnosti na osposobljavanju **postojećeg sustava turističkih zajednica za efikasno upravljanje turističkim destinacijama** po načelu destinacijske menadžment organizacije (DMO) na lokalnoj i regionalnoj razini te koordinaciji nacionalne strategije i turističke politike s razvojem destinacijskih proizvoda s ciljem:

- podizanje svijesti među dionicima javnog i privatnog sektora na destinaciji o važnosti suradnje na razvoju novih turističkih proizvoda/ponude i razvoju destinacijskog lanca vrijednosti,
- povećanja potrošnje posjetitelja s ciljem stvaranja opće korisnosti za lokalnu zajednicu,
- upoznavanja s primjerima najbolje prakse na destinaciji koji mogu biti putokaz kako povećati kvalitetu ponude i sadržaja i razviti proizvode koji će gostima omogućiti jedinstvene i autentične doživljaje na destinaciji.

Razvoj DMO-a je proces koji treba osigurati ponudu destinacije koja će ispuniti očekivanja posjetitelja i turista, što bi trebalo rezultirati i povećanjem turističke potrošnje i u konačnici većom gospodarskom korišću za lokalno stanovništvo. DMO trebaju osigurati integralno upravljanje i uravnoteženi razvoj destinacija na principima održivog razvoja kako bi se očuvali prirodni i kulturni resursi i baština te umanjili negativni učinci na gospodarstvo i okoliš, a turistima omogućila autentična iskustva kroz kontakte s lokalnim stanovništvom, bolje razumijevanje lokalne kulture, društva i okoliša. Kako bi se proširio portfelj proizvoda koji se trenutno temelji na „suncu i moru“ potreban je razvoj selektivnih oblika turizma i složenih proizvoda koji mogu zadovoljiti tržište posebnih interesa i biti novi motiv za dolazak turista.

Također, nastavit će se obrazovanje za Internet marketing koje je započeto u 2013. godini, s naglaskom na online marketing i društvene mreže.

Vezano na to, u suradnji s odabranim tvrtkama, Hrvatska turistička zajednica provesti će osmišljene obrazovne programe (seminare i radionice) putem kojih će osoblje dionika svih segmenata i razina javnog i privatnog turističkog sektora dobiti ne samo relevantna teorijska, nego prije svega praktična znanja o načinima poboljšanja svojih aktivnosti vezanih uz naprijed navedene sadržaje.

Obrazovanje je namijenjeno rukovoditeljima i menadžerima na visokim pozicijama u javnom i privatnom sektoru, višem i srednjem menadžmentu sustava turističkih zajednica (Hrvatska turistička zajednica, turističke zajednice županija, gradova, općina i mjesta) te predstavnicima svih segmenata turističke industrije. Obrazovanje mora rezultirati poboljšanjem praktičnih znanja i vještina polaznika, te mogućnošću njihove neposredne primjene u daljnjem operativnom djelovanju/poslovanju.

Predmet obrazovanja su sljedeći programi:

OBRAZOVANJE ZA SUSTAV TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PRIVATNI TURISTIČKI SEKTOR

Zadaci	Moduli	Sadržaj obrazovanja	Ciljana skupina	Trajanje obrazovanja	Broj lokacija i polaznika	Rok izvedbe zadatka
Zadatak 1. Razvoj DMO	Modul I.	Sustav upravljanja posjetiteljima ➤ kako privući posjetitelje u destinaciju, posebice u pred i posezoni – promotivni alati i taktike, ➤ sustav informiranja posjetitelja u destinaciji, ➤ poslovna kultura i komuniciranje u destinaciji,	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Opatija, Zadar, Split i Dubrovnik)	svibanj, listopad, studeni
	Modul II.	Evaluacija destinacijskog lanca vrijednosti ➤ definiranje lanca vrijednosti u destinaciji (smještaj, manifestacije, prijevoz, usluge i dr.) ➤ metode i tehnike istraživanja zadovoljstva posjetitelja destinacijom, ➤ izrada i provođenje anketa pomoću kojih se evaluiira lanac vrijednosti u određenoj destinaciji.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Pula, Zadar, Split i Dubrovnik)	svibanj, listopad, studeni
	Modul III.	Kontrola doživljaja posjetitelja ➤ mjerenje doživljaja posjetitelja ukupno na destinaciji i za određene sadržaje/segmente ponude, ➤ utjecaj određenog sadržaja/segmenta ponude na destinaciji na kvalitetu boravka posjetitelja, ➤ utjecaj određenog sadržaja/segmenta ponude na destinaciji na lokalno stanovništvo, ➤ pokazatelji multiplikativnog efekta turizma u određenoj destinaciji.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Opatija, Zadar, Split i Dubrovnik)	svibanj, listopad, studeni
Zadatak 2. Razvoj selektivnih oblika turizma i proizvoda za tržišta posebnih interesa	Modul I.	Razvoj turističkih proizvoda posebnih interesa na destinaciji ➤ kako razviti proizvode za tržište posebnih interesa ➤ inovativne marketinške strategije, programi i prakse na tržištu posebnih interesa ➤ kritični faktori za uspjeh u inicijativi razvoja turizma posebnih interesa ➤ definiranje ciljnih skupina i dr.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Opatija, Zadar, Split i Dubrovnik);	svibanj, listopad, studeni
	Modul II.	Razvoj i menadžment eno - gastro turizma ➤ razvoj novih proizvoda (inovacije, kreativnost, kvaliteta usluge) ➤ destinacijsko pozicioniranje ponude ➤ prodajne i marketinške strategije (cijene, kanali distribucije, novi kanali prodaje, online marketing i prodaja) ➤ upravljanje očekivanjima i ponašanjem gostiju i dr.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Opatija, Sibenik, Split i Dubrovnik)	svibanj, listopad, studeni
	Modul III.	Razvoj i menadžment zdravstvenog turizma ➤ razvoj novih proizvoda (inovacije, kreativnost, kvaliteta usluge) ➤ destinacijsko pozicioniranje ponude ➤ prodajne i marketinške strategije (cijene, kanali distribucije, novi kanali prodaje, online marketing i prodaja) ➤ upravljanje očekivanjima i ponašanjem gostiju i dr.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	3 lokacije (Opatija, Tuheljske toplice, Daruvar)	svibanj, listopad, studeni

	Modul IV.	Razvoj i menadžment kamping turizma ➤ razvoj novih proizvoda (inovacije, kreativnost, kvaliteta usluge) ➤ destinacijsko pozicioniranje ponude ➤ prodajne i marketinške strategije (cijene, kanali distribucije, novi kanali prodaje, online marketing i prodaja) ➤ upravljanje očekivanjima i ponašanjem gostiju i dr.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	4 lokacije (Zadar, Split, Opatija i Pula)	svibanj, listopad, studeni
	Modul V.	Razvoj i menadžment kulturnog turizma ➤ razvoj novih proizvoda (inovacije, kreativnost, kvaliteta usluge) ➤ destinacijsko pozicioniranje ponude ➤ prodajne i marketinške strategije (cijene, kanali distribucije, novi kanali prodaje, online marketing i prodaja) ➤ upravljanje očekivanjima i ponašanjem gostiju i dr.	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	5 lokacija (Zagreb, Osijek, Dubrovnik, Pula, Split)	svibanj, listopad, studeni
Zadatak 3. Internet marketing	Modul I.	Online marketing ➤ Definicija online marketinga, kako funkcionira, komponente, planiranje i uspjeh marketinških aktivnosti ➤ Definiranje ciljne skupine ➤ Planiranje web stranica ➤ Content marketing ➤ Online PR ➤ Web sadržaji i email sadržaji ➤ Pravni aspekti objave sadržaja ➤ E-mail marketing	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Opatija, Zadar, Split i Dubrovnik)	svibanj, listopad, studeni
	Modul II.	Društvene mreže ➤ Definicija društvenih mreža i promocija proizvoda i usluga preko istih ➤ Definiranje ciljeva i ciljnih skupina ➤ Oglašavanje na društvenim mrežama ➤ Kreiranje sadržaja za društvene mreže ➤ Poticanje dijeljenja i viralnost sadržaja ➤ Pravni aspekti objave sadržaja	Sustav TZ i ostali subjekti javnog i privatnog sektora	Jednodnevni seminar/radionica (ukupno trajanje 6 sati s uključenom pauzom)	6 lokacija (Zagreb, Osijek, Pula, Zadar, Split i Dubrovnik)	svibanj, listopad, studeni