

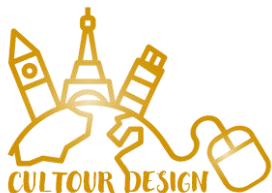
Manual - Competențe hibride în Turismul Cultural: Gândire Digitală, Adaptabilitate și Abilități Transversale pentru locurile de muncă din turism



HESO

7/11/2022

Sprijinul acordat de Comisia Europeană pentru realizarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru orice utilizare a informațiilor conținute în această publicație.
Numărul proiectului: 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461



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



ISTORICUL REVIZUIRILOR

<i>Versiunea</i>	<i>Data</i>	<i>Autor</i>	<i>Descriere</i>	<i>Acțiune</i>	<i>Pagini</i>
1.0	11/02/2022	HEARTHANDS SOLUTIONS	Creare	C	10
1.1		INNOPOLIS	Inserare	I	14
1.2		HEARTHANDS SOLUTIONS	Inserare	I	29

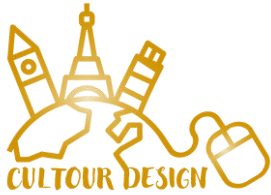
(*) Acțiune: C = Creare, I = Inserare, A = Actualizare, Î = Înlocuire, Ș = Ștergere

<i>Nr.</i>	<i>Referință</i>	<i>Titlu</i>
1	2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461	Propunere CULTOUR Design
2		

DOCUMENTE DE REFERINȚĂ

DOCUMENTE APLICABILE

<i>Nr.</i>	<i>Referință</i>	<i>Titlu</i>
1	R1/T1.1	Cartea Albă privind Turismul Cultural Digital & Cadrul de Competențe
2		

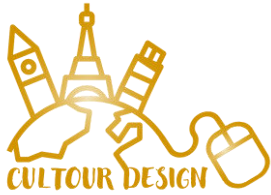


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Cuprins

1. Introducere	3
1.1 Rezultatele procesului de învățare	3
1.2 Cuvinte cheie	3
1.3 Durata estimată de parcurgere a manualului	3
1.4 Glosar de termeni	4
2. Competențe hibride în Turismul Cultural: Gândire Digitală, Adaptabilitate și Abilități Transversale pentru locurile de muncă din turism	5
2.1 Conținut principal	5
Competențe transversale în turismul cultural	5
Competențe digitale pentru competitivitate în turismul cultural	11
Competențe hibride și modalități de aplicare ale acestora	14
2.2 Resurse suplimentare	18
3. Studii de caz & povești de succes	19
4. Evaluare	25
4.1 Evaluarea cunoștințelor	25
4.2 Evaluarea competențelor	27
5. Referințe bibliografice	28



1. Introducere

Acest modul are ca scop evidențierea efectelor transformării digitale asupra turismului cultural. În acest sens, cursanții vor înțelege competențele transversale necesare în acest domeniu; vor aprofunda, de asemenea, competențele digitale necesare pentru a deveni mai competitivi și, ulterior, vor învăța cum să aplice competențele hibride în medii de lucru complexe și diverse din punct de vedere cultural, reale sau virtuale.

1.1 Rezultatele procesului de învățare

După finalizarea acestui modul, veți fi capabil:

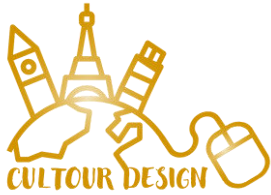
- să înțelegeți competențele transversale necesare pentru a deveni expert în turism cultural în era post-COVID;
- să aprofundați cunoștințele referitoare la competențele digitale necesare pentru a deveni competitiv în domeniu;
- să aplicați competențele hibride în medii de lucru reale.

1.2 Cuvinte cheie

Turism digital, competențe hibride, comunicare, medii virtuale

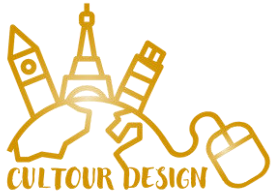
1.3 Durata estimată de parcurgere a manualului

- 2 ore pentru parcurgerea conținutului principal
- 2 ore pentru consultarea resurselor suplimentare
- 2 ore pentru a examina aplicarea tehnologiilor care permit punerea în practică a competențelor
- 1 oră pentru finalizarea evaluării



1.4 Glosar de termeni

- **Turismul digital:** "se referă la modul în care folosim **instrumentele digitale pentru a organiza, gestiona și chiar a ne bucura de experiența de călătorie**" (Righini, 2022).
- **Competențe hibride:** O combinație între competențele soft/centrate pe om/transversale și cele hard/tehnice. (Tate, 2020).
- **Narațiuni:** Îmbogățirea funcțiilor unei arhive digitale prin scurte prelegeri [...], ca metodă de personalizare pentru a sprijini și ghida utilizatorii în cadrul colecției" (Agosti et al., 2015).
- **Capacități de autoînvățare:** Această abilitate este necesară pentru a face față inovațiilor digitale continue și pentru a fi flexibil în fața schimbărilor și a formării continue. (Această abilitate include formarea permanentă, adaptabilitatea și flexibilitatea).



2. Competențe hibride în Turismul Cultural: Gândire Digitală, Adaptabilitate și Abilități Transversale pentru locurile de muncă din turism

2.1 Conținut principal

Pandemia COVID-19 a provocat multiple perturbări în toate domeniile de activitate umană. Turismul cultural este unul dintre sectoarele care a fost puternic afectat de consecințele provocatoare ale restricțiilor și transformărilor legate de pandemie.

În era post-COVID, a deveni expert cultural necesită o **combinație de competențe** pentru a face față **noilor preferințe ale clienților, transformărilor digitale** și nevoii constante de **adaptabilitate**.

Competențe transversale în turismul cultural

Turismul cultural este un sector foarte solicitant, deoarece turiștii interesați caută experiențe unice și autentice pentru explorare și dobândirea de noi cunoștințe. În consecință, pentru a răspunde provocărilor acestui sector și pentru a satisface cu succes așteptările ridicate, profesioniștii trebuie să își dezvolte în permanență cât mai multe competențe transversale.

- **Competențe în domeniul serviciilor pentru clienți**

La fel ca în toate domeniile ospitalității și turismului, turismul cultural prosperă atunci când serviciile oferite clienților corespund așteptărilor acestora. În toate cazurile, clienții ar trebui să fie mulțumiți de serviciul pe care îl primesc și să fie receptorii unor atitudini pozitive și proactive care să răspundă în mod eficient provocărilor din acest sector.



Denumirea imaginii: Căști

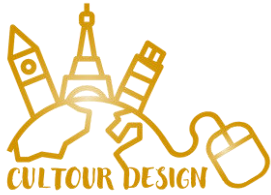
Sursa: Pixabay.com

- **Comunicarea**

Abilitățile excelente de comunicare (atât verbale, cât și non-verbale) sunt foarte apreciate în orice industrie, dar și mai mult în turism. Pentru a oferi experiențe turistice îmbunătățite, profesioniștii trebuie să fie capabili să comunice cu persoane de diferite etnii, rasiale și religioase, de vârste diferite și cu temperamente variate. În acest scop, trebuie să fie utilizate diverse abilități verbale și nonverbale pentru a facilita schimbul de informații prin comportamente respectuoase și empatică în medii culturale diverse. Acest lucru este esențial pentru comunicarea cu clienții, precum și cu colegii de serviciu.

- **Conștientizarea culturală**

Comunicarea eficientă în turism depinde, în special, de conștientizarea culturală. Pentru a putea lucra cu persoane din diferite medii culturale, profesioniștii trebuie să fie conștienți de diferențele culturale și să se poată adapta la atitudini și norme care pot fi diferite de ale lor. Prin conștientizare și sensibilitate culturală, diferențele de percepții, valori și/sau credințe nu constituie un obstacol în comunicarea cu persoanele din străinătate.



- **Munca în echipă**

În orice organizație, sunt necesare numeroase competențe pentru a permite și promova colaborarea și pentru a spori productivitatea. Finalizarea cu succes a sarcinilor și strategiile de afaceri complexe sunt rezultatul colaborării echipelor care lucrează împreună pentru a îndeplini în mod eficient mai multe sarcini în același timp.

- **Multitasking**

Pentru a avea succes în turism, profesioniștii sunt adesea nevoiți să îndeplinească mai multe roluri simultan. Acest lucru presupune îndeplinirea simultană a mai multor sarcini, care acoperă diverse dispoziții referitoare la servicii. Multitasking-ul necesită abilități eficiente de gestionare a timpului și de stabilire a priorităților, precum și capacitatea de a lucra bine în condiții de presiune.

- **Inteligența Emoțională**

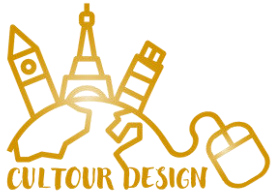
Această abilitate poate fi considerată ca fiind baza abilităților transversale (soft), deoarece le influențează pe toate celelalte. Aceasta constă în capacitatea de a înțelege și de a gestiona emoțiile sau, cel puțin, de a nu reacționa în mod necorespunzător, ceea ce ar putea avea efecte negative atât asupra propriei persoane, cât și asupra celorlalți. Profesioniștii care utilizează eficient această abilitate obțin performanțe ridicate, datorită capacităților lor emoționale și raționale. Acestea sunt în strânsă legătură cu ideea de responsabilitate, asociată cu capacitatea de a da răspunsuri adecvate la diversele situații care apar în viața de zi cu zi.

- **Rezolvarea conflictelor**

Reprezintă ansamblul de cunoștințe și abilități puse în practică pentru a înțelege și a interveni în rezolvarea pașnică și non-violentă a confruntărilor dintre două sau mai multe persoane. Pentru aceasta, este important să ai empatie, să identifici natura conflictelor pentru a le înțelege și a căuta o soluție mai bună, cu scopul de a menține un client mulțumit de serviciul oferit. Cu toate că această abilitate a fost întotdeauna necesară, ea a devenit mai relevantă în această eră digitală, având în vedere că, prin intermediul rețelelor sociale și al platformelor digitale, clientul poate răspândi cu ușurință și cu o mai mare amploare opinii negative despre conflictele pe care le percepe ca fiind rezolvate în mod necorespunzător.

- **Leadership**

Este setul de abilități cu ajutorul cărora o persoană influențează modul de a fi sau de a acționa al oamenilor dintr-un grup de lucru, astfel încât echipa să lucreze cu entuziasm pentru a-și atinge obiectivele. Această abilitate implică, de asemenea, delegarea, luarea inițiativei și motivarea.



Leadershipul în era post-COVID va suferi și el schimbări, se va baza pe neuro-leadership, în persoana unui lider care este conștient de sine și de ai săi, care reușește ca angajații săi să fie performanți în cadrul muncii lor, care scoate în evidență talentul fiecăruia. În cazul în care companiile din sectorul turismului vor începe să își dezvolte oamenii, acestea vor fi considerate companii conștiente, ale căror valori esențiale sunt coordonarea impecabilă, modestia ontologică, managementul emoțional și negocierea constructivă. Acest tip de leadership se integrează în tendința de schimbare de la vechiul B2B (business to business) la H2H (human to human), în cadrul căreia relațiile trebuie să fie mai apropiate și mai umane.

- **Adaptabilitatea**

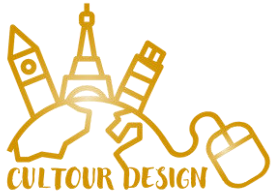
Aceasta este probabil una dintre cele mai dezvoltate competențe transversale din perioada pandemiei. În cazul de față, se referă la capacitatea angajaților de a se adapta la nivel global: la companie, la atribuții și la mediul de lucru. Condițiile de lucru în schimbare - în unele cazuri nefavorabile - solicită ca profesioniștii din sectorul turismului să fie capabili să dezvolte și această abilitate. În mod asemănător, profesionistul trebuie să promoveze, de asemenea, adaptarea modelelor de afaceri, prin ajustarea la noile modalități de conectare a clienților, de obținere a datelor și informațiilor, prin corelarea utilizării adecvate a instrumentelor tehnologice care au fost promovate în timpul izolării. Perioada post-COVID va obliga ofertele față în față din acest sector să își adapteze spațiile la "noua normalitate", cu distanțele prestabilite între utilizatori și clienți în cadrul unităților care sunt solicitate.

- **Munca etică**

Etica muncii reprezintă convingerea că munca grea și perseverență are un beneficiu moral și o capacitate sau o virtute inerentă de a întări caracterul. Etica acordă prioritate muncii și o plasează în centrul vieții individuale și sociale. Printre caracteristicile sale se numără munca și dorința de a aduce un plus de valoare, precum și loialitatea, inițiativa și motivația. Alte aspecte conexe sunt punctualitatea și lipsa de absentism nejustificat.

- **Managementul timpului**

Capacitatea de a distinge între ceea ce este important și ceea ce este urgent, gestionarea stresului în fața numeroaselor sarcini pe care le avem de îndeplinit și capacitatea de a finaliza zilnic fiecare sarcină încredințată reprezintă competențe care sunt necesare nu numai în turism, ci în toate sectoarele de afaceri. Mediul actual îi obligă pe profesioniștii din acest sector să îndeplinească simultan mai multe sarcini, iar acest lucru implică anumite riscuri. Cel mai important este procrastinarea, adică amânarea unei sarcini sau găsirea oricărei scuze pentru a face orice altceva în loc să faci ceea ce este cu adevărat important. A ști cum să lupți împotriva procrastinării este o abilitate necesară pentru a face față mediului actual.



- **Sensibilitatea în ceea ce privește durabilitatea proiectului**

Turismul viitorului, dar și cel al prezentului, ar trebui să fie durabil, altfel nu va exista. O orientare clară pe termen lung, lipsa de speculații, respectul pentru culturi, diversitatea și protecția mediului sunt necesare pentru orice bun profesionist din sectorul turismului. Acest lucru presupune sensibilitate, o abilitate de care ar trebui să țină cont profesioniștii din acest sector.

- **Creativitatea**

Creativitatea presupune identificarea oportunităților în cadrul cărora imaginația profesionistului îi permite să facă propuneri și să creeze alternative pe care alții nu le-au identificat. În fața provocărilor cu care se confruntă sectorul, idei precum virtualizarea proceselor - în sensul oferirii de experiențe de contact cu alte culturi - sau includerea de activități gastronomice, culturale, sportive și de altă natură, în concordanță cu dorințele clientului și cu oportunitățile oferite de mediul înconjurător, permit adăugarea de valoare adăugată propunerilor și sunt decisive pentru creșterea inițiativelor. De asemenea, adaptarea propunerii creative în funcție de nevoile temporare demonstrează capacitatea de a îmbina aspecte care pot fi complementare, ceea ce constituie un avantaj pentru dezvoltarea sectorului. De exemplu, și raportat la context, cazarea personalului medical sau asigurarea de facilități pentru persoanele infectate sau aflate în carantină.

- **Empatia**

Empatia este capacitatea de a percepe, simți și înțelege punctul de vedere al unei alte persoane, manifestând în același timp un interes activ față de preocupările sau problemele acesteia. Prin această abilitate, profesioniștii pot crea o legătură de încredere cu clienții lor, făcându-i să se simtă înțeleși și, prin urmare, această încredere influențează în mod pozitiv deciziile lor. Un client care simte că observațiile sale sunt ascultate sau că preferințele sale sunt îndeplinite, va alege mai ușor o alternativă în detrimentul altora și va rămâne sau se va întoarce într-un loc care generează un sentiment de înțelegere adevărată.

- **Gândirea critică**

Această capacitate este caracteristică persoanelor care pun la îndoială ceea ce văd și ceea ce analizează, celor care se străduiesc să înțeleagă în mod eficient ce se întâmplă în jurul lor. Această capacitate oferă o viziune globală și facilitează o gestionare optimă a informațiilor primite, deoarece individul este capabil să înțeleagă și să asimileze conținutul într-un mod mai agil și mai eficient.

- **Sensibilitatea socială**



Reprezintă capacitatea unui individ de a identifica, percepe și înțelege semnalele și contextele din interacțiunile sociale. Pe de altă parte, este capacitatea de a alege comportamentul care se potrivește cel mai bine situației și persoanelor implicate. Fiecare individ se confruntă cu probleme diferite și reacționează diferit la probleme similare. Prin urmare, a fi sensibil la aceste situații generează o calitate mai bună a serviciilor și o mai mare satisfacție a clienților. A fi sensibil la factorii culturali care condiționează comportamentele oamenilor, generând relații apropiate în ciuda propriilor diferențe culturale, poate fi un exemplu; sau a avea răbdare cu persoanele în vârstă în ceea ce privește utilizarea tehnologiei.

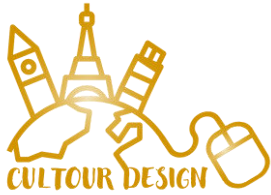
- **Capacitatea de învățare**

Schimbările tehnologice constante, precum și noile cerințe sociale și de mediu, implică dezvoltarea de către profesioniști a unor abilități de analiză a situațiilor, în funcție de propriile criterii, de căutare a informațiilor relevante și de rezolvare a problemelor în mod autonom, pentru a lua decizii care să le permită să își adapteze propunerea de afaceri la aceste noi cerințe și, astfel, să își îmbunătățească funcționarea. Acest proces implică responsabilitatea pentru cele învățate, astfel încât, înainte de a acționa, trebuie să se analizeze modul corect de operare, să se monitorizeze activitățile și să se evalueze rezultatele pentru a promova această învățare la nivelul organizației.



Denumirea imaginii: Analiză, Automatizare

Sursa: Pixabay.com



Competențe digitale pentru competitivitate în turismul cultural

- **Turismul digital**

Turismul digital: "se referă la modul în care folosim **instrumentele digitale pentru a organiza, gestiona și chiar a ne bucura de experiența de călătorie**" (Righini, 2022). În concordanță cu transformarea digitală, sectorul turismului aplică și/sau creează tot mai multe instrumente, servicii și produse tehnologice noi, pentru a asigura competitivitatea prin **îmbunătățirea performanțelor**, atât în ceea ce privește serviciile pentru clienți, cât și vânzările.

Cu ajutorul noilor strategii și soluții tehnologice, profesioniștii din domeniul turismului pot pregăti, organiza și gestiona experiențe turistice culturale unice. Pentru a reuși în astfel de sarcini complexe, aceștia trebuie să se familiarizeze cu diferite instrumente, precum următoarele:

- **Schimbul de cunoștințe la distanță**
- **Fluxuri virtuale de evenimente și tururi**
- **Întâlniri și interacțiuni online**
- **Formatul virtual al produselor culturale**

- **Comunicarea digitală**

În special în era post-COVID, se așteaptă o comunicare eficientă și eficace în **mediile digitale**. Profesioniștii din domeniul turismului trebuie să lucreze, să colaboreze și să comunice prin mijloace digitale (în mod virtual sau semi-virtual) - atât individual, cât și în echipă.

Acest tip de comunicare se realizează, de obicei, pe diverse platforme digitale și în rețelele sociale, unde utilizatorii trebuie să fie capabili să îndeplinească sarcini complicate, cum ar fi rezolvarea conflictelor.



Pentru a comunica și colabora cu echipa dumneavoastră, precum și pentru a organiza, planifica și implementa proiecte, utilizați **platforme de gestionare a proiectelor**, precum Microsoft Teams, Monday, Trello etc.

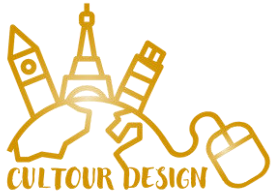
- **Asistență virtuală / Utilizarea platformelor de comunicare**

Competențele de comunicare și de deservire a clienților ar trebui transferate în mediile digitale, deoarece turismul cultural este unul dintre domeniile care se află în proces de transformare digitală (Agosti et al., 2014). Platformele de comunicare eficiente și funcțiile adăugate, cum ar fi asistența virtuală, asigură **o implicare instantanee**; de asemenea, acestea ajută la luarea deciziilor și previn vizitele nejustificate și dezamăgirile. Ulterior, atunci când sunt utilizate, acestea constituie un **avantaj tehnologic clar față de concurenți**.



Denumirea imaginii: Asistent virtual

Sursa: Pixabay.com



- **Ghidarea în medii virtuale**

În prezent, turismul digital beneficiază de diverse instrumente care oferă experiențe alternative. Printre tendințele din turism se numără și posibilitatea de a **vizita site-uri întregi de patrimoniu în mod virtual**, în lumi digitale. Cu ajutorul creațiilor **3D** și al **tururilor virtuale 360**, vizitatorii pot acum să se plimbe prin diverse situri și să interacționeze cu activele și caracteristicile acestora. În timpul acestei experiențe, aceștia au nevoie ocazional de îndrumare, pe care profesioniștii din turism ar trebui să o poată oferi.

- **Procesarea metodelor de plată, de exemplu, blockchain și tranzacții digitale**

Transformarea digitală în turism presupune, de asemenea, tranzacții financiare în medii digitale. Pentru a satisface noile așteptări ale clienților și pentru a facilita călătoria în medii digitale îmbunătățite, trebuie impuse noi metode de plată. Pe baza acestei tendințe, profesioniștii trebuie să se familiarizeze cu blockchain și cu tranzacțiile digitale în diverse **monede digitale** (Narayanan et al., 2016).

Cele mai populare monede digitale sunt:

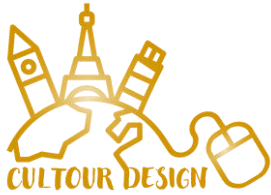
- **Bitcoin**
- **Ethereum**
- **XRP**
- **Tether**

Pentru a putea utiliza tranzacțiile digitale, cursanții trebuie să se familiarizeze cu următoarele concepte:

- **Portofelul digital:** instrumente de plată online sub forma unor aplicații, care funcționează asemănător cu băncile.



https://www.youtube.com/watch?v=ztVjb_D_z5Q



- **Viteza de tranzacționare:** Viteza cu care fiecare monedă finalizează procesarea unei tranzacții digitale.

Competențe hibride și modalități de aplicare ale acestora

- **Definiția competențelor hibride**

Competențele hibride provin dintr-o combinație de competențe soft/ centrate pe om și competențe hard/tehnice. Într-o eră a transformării digitale - în special după apariția pandemiei COVID-19 - hibridizarea locurilor de muncă necesită aplicarea unor astfel de competențe și, prin urmare, impune procese de perfecționare și recalificare pentru majoritatea angajaților pentru a face față transformării.

- **Cum se pot aplica competențele hibride în meseriile legate de turism**

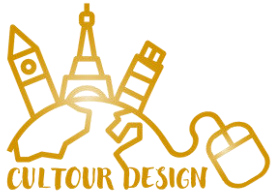
Demonstrați agilitatea: Chiar dacă nu sunteți un împătimit al tehnologiei, fiți deschis să învățați lucruri noi, să experimentați și, în cele din urmă, să învățați să folosiți **orice dispozitiv - sau, cel puțin, funcțiile sale de bază**. Tehnologia evoluează rapid și la fel ar trebui să faceți și dumneavoastră dacă doriți să vă dezvoltați!

Învățarea adaptivă: Încercați întotdeauna să găsiți **cele mai eficiente căi de învățare pentru nevoile dumneavoastră**.

Bazați-vă pe tehnici și platforme de colaborare: Echipele lucrează întotdeauna mai bine atunci când li se oferă instrumentele necesare pentru a colabora eficient.

Competențe de comunicare digitală: Atunci când comunicați cu vizitatorii sau cu alți stakeholderi prin intermediul platformelor online:

- Folosiți **un limbaj neutru/incluziv**. În orice tip de comunicare, este esențial să se utilizeze metode de comunicare care nu jignesc sau rănesc alte persoane și care promovează egalitatea



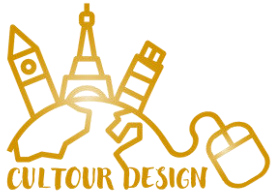
și diversitatea. Pentru a realiza acest lucru, este necesar să se comunice într-un mod care să nu îi excludă sau să îi discrimineze pe ceilalți.

Sfat: Descărcați resurse/ghiduri online gratuite pentru a afla mai multe despre limbajul incluziv.

Consultați, de exemplu: <https://www.monterail.com/diversity-and-inclusion>

- **Emoticoane:** Emoticoanele (emoji-urile) sunt "imagini digitale mici sau pictograme folosite pentru a exprima o idee sau o emoție în mesajele electronice și în paginile web" (Dicționarul Oxford, Wikipedia). În cazul mărcilor și al mediilor mai puțin formale, utilizatorii finali tind să se simtă mai în largul lor atunci când în comunicare sunt incluse mai puține elemente formale. În plus, în anumite grupuri demografice, emoji-urile sunt mai ușor de înțeles și de apreciat și sunt adesea folosite pentru a evita neînțelegerile, în special atunci când tonul unei exprimări nu este clar.
- Folosiți **un discurs clar și cuprinzător**. Comunicarea scrisă și/sau virtuală nu dispune de diverse elemente care să faciliteze înțelegerea și să comunice un mesaj în mod eficient, așa cum se dorește a fi transmis. Prin urmare, profesioniștii trebuie să dea dovadă de vigilență atunci când structurează orice formă alternativă de comunicare în mediile digitale.
- Atunci când folosiți o cameră de filmat (de exemplu, în timpul convorbirilor video): **mențineți contactul vizual** cu camera de filmat, **simulați o imagine corectă a biroului și stabiliți un fundal neutru sau specific** - sau **prezentați-vă în picioare atunci când faceți un tur virtual**. (Hammond & Moseley, 2018).
- Luați în considerare **nevoile/evaluările utilizatorilor**. Acest lucru vă va ajuta să atrageți noi categorii de utilizatori, să aveți în vedere cerințele unor grupuri mai largi și să implicați mai mulți stakeholderi.

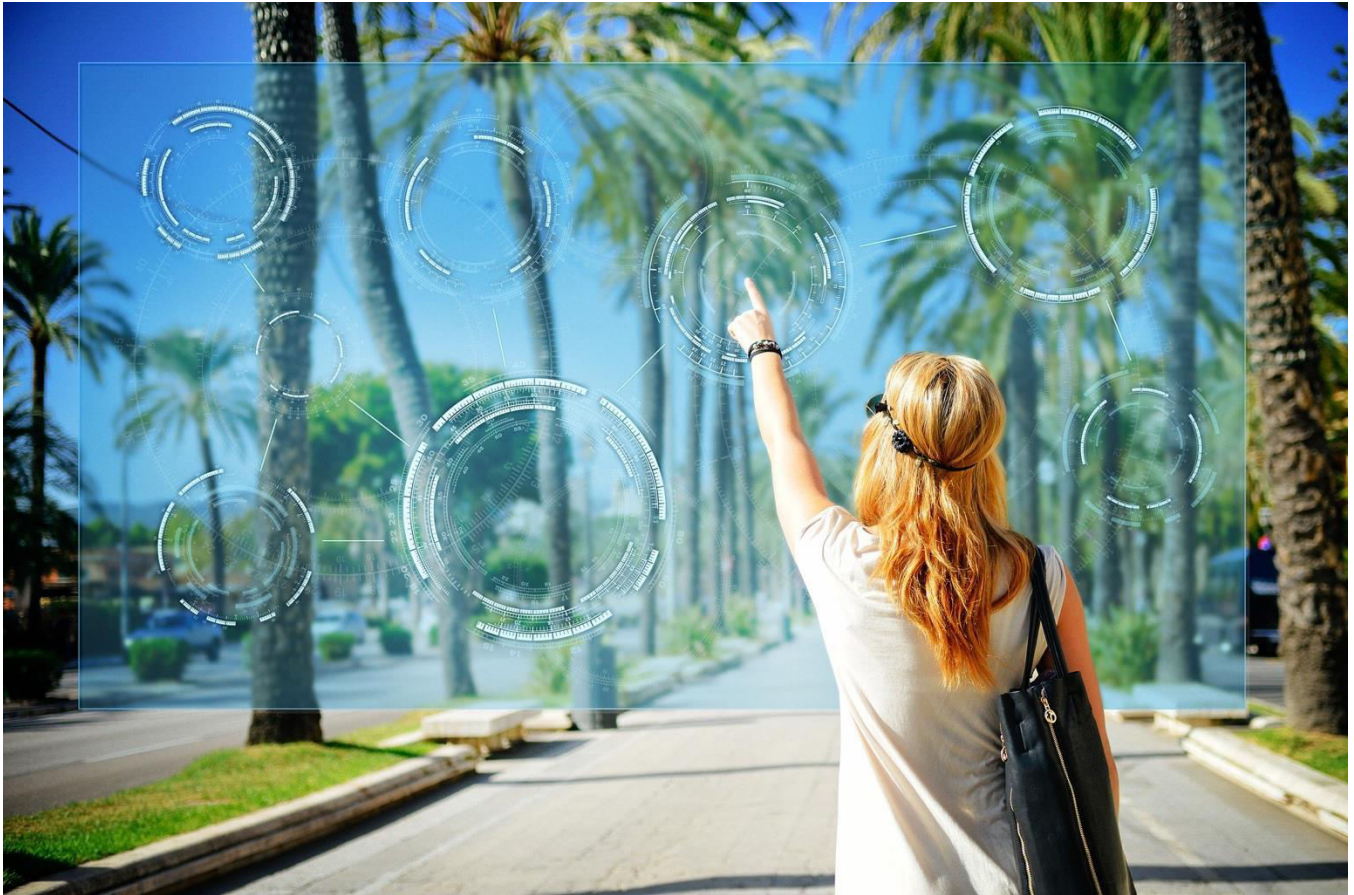
Creșterea și menținerea interesului sunt dificile atunci când avem de-a face cu conținut digital. Acest lucru se datorează faptului că acest tip de conținut nu este întotdeauna apreciat, iar



valoarea sa este adesea caracterizată de cunoștințe insuficiente sau de opinii unilaterale. În acest caz, este esențial să se reducă decalajele dintre cunoștințele experților/interesele specifice și cunoștințele/competențele de bază deținute mai degrabă de utilizatorii medii. În acest scop, conținutul în sine nu este suficient: profesioniștii trebuie să găsească modalități de a face conținutul mai ușor de înțeles și mai plăcut.

Interacțiunile în mediile de realitate virtuală/ cu realitate augmentată: dacă/în cazul în care li se cere să efectueze tururi în medii de realitate virtuală sau augmentată, profesioniștii trebuie să fie capabili să:

- **creeze narațiuni:** Utilizați acest tip de "îmbogățire a funcțiilor unei arhive digitale prin intermediul unor scurte prelegeri [...], ca metodă de personalizare pentru a sprijini și ghida utilizatorii în cadrul colecției" (Agosti et al., 2015). Narațiunile evidențiază conținutul și importanța acestuia, oferă informații suplimentare care pot ajuta la navigare și facilitează interacțiunea cu sistemul și funcțiile acestuia.
- **ofere îndrumare/asistență** atunci când este necesar.
- **trateze în același mod resursele reale și cele virtuale** pentru a facilita imersiunea vizitatorilor în experiență.

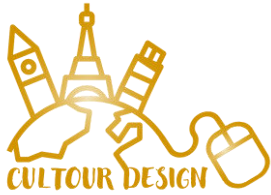


Denumirea imaginii: Femeie, tehnologie

Sursa: Pixabay.com

2.2 Resurse suplimentare

Nr.	Titlul resursei	Tipul resursei	Link
1	Top 7 competențe transversale pentru o Carieră în Managementul Ospitalității și Turismului	Articol online	https://www.berlinsbi.com/blog/career-advice/top-7-soft-skills-for-a-career-in-hospitality-and-tourism-management
2	Principalele Competențe Transversale ale Profesioniștilor din Turism pentru perioada post-COVID	Blog	https://blogs.salleurl.edu/en/key-soft-skills-tourism-professionals-postcovid
3	Creșterea numărului de locuri de muncă hibride și a competențelor hibride	Articol online	https://www.mycomputercareer.edu/news/the-rise-of-hybrid-jobs-and-hybrid-skills/
4	Ce sunt competențele hibride? (cu exemple)	Articol online	https://www.zippia.com/advice/hybrid-skills/
5	TExTOUR - regândirea turismului cultural în Europa și în afara ei	Videoclip YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=dVR7Tsa0eF4
6	Cum să creai un Tur Virtual - Ghid Complet [2022]	Articol online	https://rextheme.com/complete-guide-create-virtual-tour/
7	Diversitatea este un fapt, incluziunea este o alegere	Ghid gratuit	https://www.monterail.com/diversity-and-inclusion
8	Portofelul Digital	Videoclip YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=ztVjb_D_z5Q



3. Studii de caz & povești de succes

Turiștii din Europa au multe variante din care pot alege. Însă, problema cu care se confruntă multe destinații, se referă la modul în care se poate valorifica potențialul turismului cultural. În prezent, cercetătorii europeni încearcă să transforme acest sector în creștere într-un pachet bine gestionat și interconectat de informații, servicii electronice și experiențe, care să contribuie cu adevărat la plasarea unui oraș pe hartă.

STUDIU DE CAZ 1: « Servicii electronice integrate pentru un acces avansat la patrimoniu în destinații turistice culturale - Amsterdam, Genova și Leipzig (Isaac)»

Un consorțiu european de cercetători și stakeholderi din domeniul turismului cultural, recent finalizat, ar putea să fi găsit o soluție în acest domeniu.

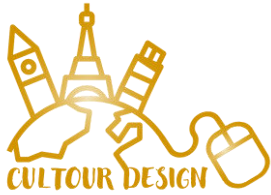
Acesta a dezvoltat o serie de 1 din 5 "Servicii electronice integrate pentru accesul avansat la patrimoniu în destinațiile turistice culturale (Isaac)", sau ceea ce coordonatorul Isaac, Krassimira Paskaleva-Shapira de la Manchester Business School, consideră a fi o "*cutie deschisă pentru turismul cultural*". Partenerii proiectului au dezvoltat o platformă web unică, centrată pe utilizator, care acționează atât ca un registru distribuit de "conținut inteligent al patrimoniului cultural", cât și ca o arhitectură software orientată către servicii pentru personalizarea modului în care conținutul este prezentat și accesat de către utilizatori.

Platforma Isaac exploatează bogăția de cunoștințe culturale de care dispune deja orașul sub forma conținutului actual de pe internet și a materialului de arhivă și, folosind evoluțiile tehnologiei Web 2.0, invită publicul (localnici și turiști) să contribuie la îmbogățirea și actualizarea materialului. Combinate, aceste surse ajută la extinderea gamei de resurse turistice culturale, ceea ce ar putea, de asemenea, să reducă presiunea asupra celor mai populare situri prezentate în ghiduri.

Partenerii proiectului au demonstrat, de asemenea, o modalitate de încredere pentru integrarea contribuțiilor și intereselor unor stakeholderi diferiți, de la autoritățile din domeniul turismului și autoritățile municipale, la furnizorii de servicii turistice, locuitorii locali și turiștii înșiși.

Platforma a fost pusă în aplicare cu succes în Amsterdam, Genova și Leipzig și se bucură de un sprijin tot mai mare la nivel local în aceste orașe.

Conform Dr. Paskaleva-Shapira, localnicii postează propriile povești, fotografii și informații despre siturile de patrimoniu și evenimentele culturale din cartierul lor, ceea ce poate atrage și interesul din exterior. Se creează astfel o îmbinare unică între localnici și turiști, pentru o experiență mai bogată a culturii așteptate și neașteptate dintr-o destinație - muzee, festivaluri puțin cunoscute, artă publică, tradiții, magazine etc. Portalul nostru integrat și serviciile noastre electronice îl fac pe



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



vizitator să perceapă, să simtă, să reflecteze, să acționeze și să se raporteze la patrimoniul cultural, nu doar să îl privească pasiv. Este vorba de promovarea unor puncte de vânzare experiențiale și de oferirea unui sentiment local și a unei semnificații pentru patrimoniul local.

De fapt, rezultatele obținute de Isaac arată că modernizarea TIC nu este suficientă pentru a transforma furnizarea de servicii în turismul de patrimoniu cultural, notează Dr. Paskaleva-Shapira. Schimbarea modului de lucru al organizațiilor guvernamentale și transformarea relațiilor dintre guvern și stakeholderi pot debloca în mod semnificativ potențialul pentru servicii electronice mai bune și mai bogate [în acest domeniu]. Isaac a descoperit că a fost la fel de important să adopte un nou mod de gândire și să identifice oportunitățile de inovare, atât tehnologice, cât și netehnologice.

Acest lucru ar putea însemna o mai bună utilizare a serviciilor electronice și o mai bună coordonare între grupurile de patrimoniu, agenții de marketing turistic și organizațiile naționale de turism pentru a descoperi comorile culturale ascunse în destinație. Sistemul utilizează diverse servicii, precum itinerarii personalizate și geolocalizarea pentru a găsi locuri inedite, devenind astfel "o călătorie în patrimoniul urban". Acest lucru poate fi planificat înainte ca un vizitator să rezerve un hotel. "Cu ajutorul serviciilor lui Isaac, aceștia pot verifica dacă hotelul este situat într-un "cartier semnificativ" și pot stabili un itinerar pentru a se bucura de împrejurimi, ceea ce facilitează planificarea călătoriei, făcând-o mai plăcută, dar și o experiență de învățare", confirmă coordonatorul.

Rezultate tangibile:

Proiectul a oferit o platformă TIC integrată și personalizabilă pentru destinațiile de e-Patrimoniu, pe care a completat-o cu servicii electronice accesibile și un set de instrumente electronice pentru a sprijini procesul decizional strategic în acest sector. De asemenea, proiectul a creat un nou cadru de guvernare și un nou instrument pentru gestionarea serviciilor electronice de turism cultural în destinațiile urbane, în special site-ul web de e-guvernare al lui Isaac din Genova. De asemenea, a introdus ideea de "strategii interpretative" care, prin intermediul narațiunii și al poveștilor, ajută orașele participante la studiu să își poziționeze sau să își marcheze destinațiile de e-patrimoniu. Echipa Isaac, formată din 14 parteneri provenind din 5 țări, oferă multe alte sfaturi și instrumente electronice (tehnologice și non-tehnologice) care pot fi citite pe site-ul lor actualizat. Alte orașe sunt, de asemenea, invitate să se alăture inițiativei lui Isaac.



FOTO - 1: Biciclete pe canal în orașul Amsterdam



FOTO - 2: Peisaj din frumosul oraș medieval italian Genova



FOTO - 3: Catedrala Limburg sub un cer înnorat în Germania

Sursa: <https://cordis.europa.eu/article/id/85555-project-success-stories-european-cultural-tourisms-hidden-gems>

STUDIUL DE CAZ 2 – Satele scufundate din lacul Velenje

În adâncul lacurilor din regiunea Šaleška Dolina se află sate ascunse, aproape uitate. Biroul de turism Šaleška Dolina a dorit să creeze un nou produs turistic care să implice toate atracțiile principale, dar într-un mod nou și atractiv.

În cadrul acestei experiențe, vizitatorii sunt conduși în mine pentru a afla despre lacurile și poveștile oamenilor de la suprafață prin intermediul unui videoclip animat. Ulterior, aceștia călătoresc spre centrul lacului cu o barcă electrică, unde coboară virtual pe fundul lacului pentru a explora satul Škale, reconstruit digital în 3D hiperrealist, cu ajutorul unor ochelari VR. Experiența se încheie pe malul lacului, pe o platformă de vizionare.

Inovarea digitală a patrimoniului cultural poate fi înțeleasă ca o dezvoltare orientată către utilizator a unor noi produse și servicii care utilizează potențialul noilor tehnologii (realitatea augmentată, scanarea și imprimarea 3D, platformele web, ...), respectând în același timp patrimoniul cultural și

sistemele sale de protecție, pentru a dezvolta noi cunoștințe și competențe (gândirea artistică și de design, modelarea afacerilor, experiența utilizatorului, marketingul digital, etc.).

Pentru a povesti și a face povești de succes, este nevoie de oameni cu diferite pregătiri și competențe - de la experți în patrimoniu, specialiști în marketing de conținut, povestitori profesioniști, experți digitali, activiști, artiști digitali și grupuri țintă. Este un ansamblu viu de competențe și cunoștințe, niciodată finalizat și niciodată static, care se adaptează mereu la schimbările din mediul înconjurător și la interesele și punctele de contact ale participanților.

Pe lângă ateliere, cursuri de formare și consultanță strategică, Tourism 4.0 Heritage+ cuprinde un [Program de incubare HeritageLab](#), implementat pentru prima dată în Idrija, sit al patrimoniului mondial UNESCO.

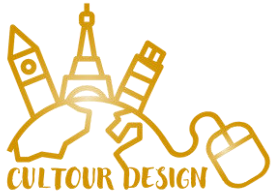


FOTO - 1: Clădire veche și antică dintr-un oraș



FOTO - 2: Copaci pe munții înconjurați de lacul Šaleška

Sursa: <https://tourism4-0.org/heritage/digital-interpretation-of-cultural-heritage/>



4. Evaluare

4.1 Evaluarea Cunoștințelor

- Întrebarea 1 (alegere multiplă sau adevărat/fals):

Competențele în domeniul serviciilor pentru clienți se referă la:

[a răspunde la întrebări într-un mod care vă convine] **[a răspunde așteptărilor clientului]** [a evita clienții dificili]

- Întrebarea 2 (alegere multiplă sau adevărat/fals):

Comunicarea eficientă înseamnă:

[a fi capabil să faci schimb de informații] [a arăta respect] [a arăta empatie] **[toate cele de mai sus]**

- Întrebarea 3 (alegere multiplă sau adevărat/fals):

Asistența virtuală necesită o prezență fizică:

[Fals] [Adevărat]

- Întrebarea 4 (răspunsuri multiple corecte):

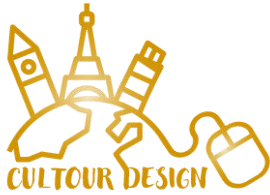
Turismul cultural se referă la:

[căutarea de experiențe autentice] **[dobândirea de noi cunoștințe]** [vizitarea muzeelor] [vizitarea satelor izolate]

- Întrebarea 5 (răspunsuri multiple corecte):

Pentru a crea situri virtuale de patrimoniu, utilizați:

[creații 3D] [portofele digitale] [criptomonede] **[tururi virtuale 360]**



Întrebarea 6 (răspunsuri multiple corecte):

- Transformarea digitală în turismul cultural permite crearea de:

[noi medii sociale] [noi monede digitale] [fluxuri virtuale de evenimente și tururi] [întâlniri și interacțiuni online]

- Întrebarea 7 (răspunsuri multiple corecte):

Mediile digitale permit comunicarea în:

[funcții găzduite] [extensii] [moduri virtuale] [moduri semi-virtuale]

- Întrebarea 8 (asociere):

Potriveți termenii cu definițiile lor.

Termenul 1 **Turismul digital**: modul în care folosim instrumentele digitale pentru a organiza, gestiona și chiar a ne bucura de experiența de călătorie.

Termenul 2 **Comunicarea digitală**: Comunicarea în medii digitale.

Termenul 3 **Asistență virtuală**: Asistență oferită pe cale digitală, fără a fi necesară prezența fizică.

Termenul 4 **Competențe hibride**: O combinație între competențele soft/centrate pe om/transversale și cele hard/tehnice.

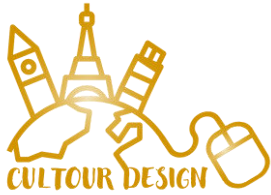
Termenul 5 **Conștientizare culturală**: Sensibilitate și discernământ în relațiile cu persoane din diverse medii culturale.

- Întrebarea 9 (asociere):

Asociați conceptele cu explicațiile lor.

Conceptul 1 **Portofelul digital**: Instrumente de plată online sub forma unor aplicații, care funcționează asemănător cu băncile.

Conceptul 2 **Viteza de tranzacționare**: Viteza cu care fiecare monedă finalizează procesarea unei tranzacții digitale.



Conceptul 3 **Emoticoane:** imagini digitale mici sau pictograme folosite pentru a exprima o idee sau o emoție în mesajele electronice și în paginile web.

Conceptul 4 **Tranzacții digitale:** Tranzacții online a căror viteză de procesare depinde de moneda digitală în care sunt efectuate.

Conceptul 5 **Monedele digitale:** Criptomonede care nu sunt emise de o bancă centrală.

- Întrebarea 10 (asociere):

Asociați problemele cu soluțiile lor.

Problema 1 **Ofer asistență online unui client, dar nu-i cunosc mediul cultural și nu vreau să creez neînțelegeri:** Folosiți un discurs clar și cuprinzător, utilizați un limbaj incluziv.

Problema 2 **În timpul comunicării mele online cu un client, folosesc din greșeală o frază care poate avea un dublu sens:** Adăugați un emoji pentru a clarifica semnificația frazei.

Problema 3 **Am creat un tur virtual, dar evaluările și testele au arătat că utilizatorii sunt uneori dezorientați:** Oferiți ghidare virtuală, adăugați relatări.

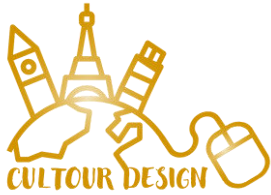
Problema 4 **Vreau să am controlul asupra vitezei tranzacțiilor:** Utilizați monedele digitale.

Problema 5 **Vreau să angajez personal pentru organizația mea de turism cultural:** Căutați persoane cu aptitudini hibride.

4.2 Evaluarea Competențelor

Intenționați să creați o organizație de turism cultural, dar doriți să înființați un mediu de lucru hibrid pentru a putea găzdui persoane care lucrează în zone geografice diferite. De asemenea, aceste persoane au atât competențe transversale, cât și tehnice, iar dumneavoastră ezitați cu privire la modul de repartizare a sarcinilor.

Soluție: Ar trebui să investiți într-o platformă de colaborare. De asemenea, ar trebui să creați un site web care să găzduiască diverse funcții și în care abilitățile/competențele hibride ale angajaților dvs. vor fi puse în valoare. Alocați sarcinile în funcție de mediul digital pe care îl creați pentru clientul dumneavoastră. Asigurați-vă că respectați diversitatea culturală și folosiți un limbaj incluziv. Asigurați-



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



vă că oferiți asistență virtuală 24 de ore din 24, 7 zile din 7, pentru a îmbunătăți experiența digitală a clienților dumneavoastră.

5. Referințe bibliografice

- Agosti, M., Orio, N., & Ponchia, C. (2015). Guided tours across a collection of historical digital images. *Proceedings of the Third AIUCD Annual Conference on Humanities and Their Methods in the Digital Ecosystem - AIUCD '14*, 1–6. <https://doi.org/10.1145/2802612.2802632>
- Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., & Goldfeder, S. (2016). *Bitcoin and cryptocurrency technologies: a comprehensive introduction*. Princeton University Press.
- Righini, E. (2022, October 3). *What is Digital Tourism? Much more than a definition*. Doxee. Retrieved October 7, 2022, from <https://www.doxee.com/blog/customer-experience/what-is-digital-tourism/>
- Hammond, L., & Moseley, K. (2018). Reeling in proper “netiquette”. *Nursing made Incredibly Easy*, 16(2), 50-53.
- Tate, C. (2020, September 8). *Reset your skill set: The importance of soft, hard and hybrid skills*. Vunela. Retrieved October 7, 2022, from <https://www.vunela.com/reset-your-skill-set-the-importance-of-soft-hard-and-hybrid-skills/>