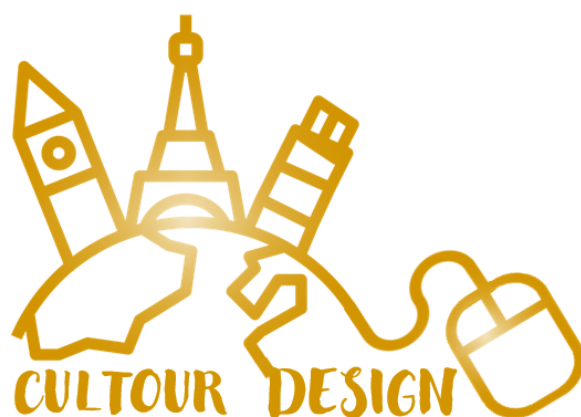


Podręcznik - Umiejętności hybrydowe w turystyce kulturowej: Myślenie cyfrowe, zdolność adaptacji i umiejętności miękkie w zawodach związanych z turystyką



Wsparcie Komisji Europejskiej przy tworzeniu tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie może być pociągnięta do odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji. Numer projektu: 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461

INNOPOLIS

HESO

7/11/2022

HISTORIA ZMIAN

<i>Wersja</i>	<i>Data</i>	<i>Autor</i>	<i>Opis</i>	<i>Czynność</i>	<i>Strony</i>
1.0	11/02/2022	HEARTHANDS SOLUTIONS	Creation	C	10
1.1		INNOPOLIS	Insert	I	14
1.2		HEARTHANDS SOLUTIONS	Insert	I	29

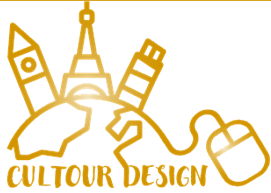
(* Czynność: C = Creation, I = Insert, U = Update, R = Replace, D = Delete

DOKUMENTY REFERENCYJNE

<i>ID</i>	<i>Odniesienie</i>	<i>Tytuł</i>
1	2021-1-RO01-KA220-ADU-000033461	CULTOUR Design Proposal
2		

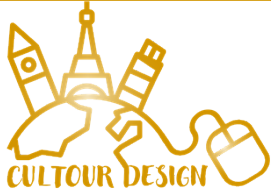
APPLICABLE DOCUMENTS

<i>ID</i>	<i>Odniesienie</i>	<i>Tytuł</i>
1	R1/T1.1	White Paper on Digital Cultural Tourism & Competence Framework
2		



SPIS TREŚCI

1. Wstęp	3
1. Efekty kształcenia	3
2. Kluczowe pojęcia	3
3. Szacowany czas nauki	3
4. Słowniczek terminów	4
2. Umiejętności hybrydowe w turystyce kulturowej: Myślenie cyfrowe, Zdolność adaptacji i Umiejętności Miękkie w zawodach związanych z turystyką	5
2.1 Wstęp	5
2.2 Umiejętności miękkie w turystyce kulturowej	5
2.3 Umiejętności cyfrowe na rzecz konkurencyjności w turystyce kulturowej	11
2.4 Umiejętności hybrydowe i sposób ich zastosowania	14
2.4 Źródła dodatkowe	17
3. Analiza przypadków i historie sukcesu	18
4. Ocenianie	25
4.1 Ocena poziomu wiedzy	25
4.2 Ocena umiejętności	27
5. Źródła	27



1. WSTĘP

Moduł ten ma na celu podkreślenie wpływu transformacji cyfrowej na turystykę kulturową. Na tej podstawie uczestnicy zrozumieją umiejętności miękkie wymagane w tej dziedzinie; zagłębią się również w umiejętności cyfrowe wymagane, aby stać się bardziej konkurencyjnymi, a następnie nauczą się stosować umiejętności hybrydowe w złożonych i zróżnicowanych kulturowo, rzeczywistych lub wirtualnych środowiskach pracy.

1. Efekty kształcenia

Po ukończeniu tego modułu będziesz w stanie:

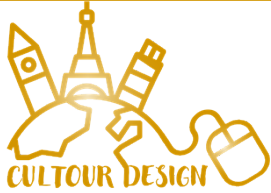
- Zrozumieć kompetencje miękkie wymagane, aby stać się ekspertem w dziedzinie turystyki kulturowej w erze post-COVID
- Zdobyć głębszą wiedzę na temat umiejętności cyfrowych wymaganych, aby stać się konkurencyjnym w tej dziedzinie
- Być w stanie zastosować umiejętności hybrydowe w rzeczywistych środowiskach pracy

2. Kluczowe pojęcia

Turystyka cyfrowa, umiejętności hybrydowe, komunikacja, środowiska wirtualne

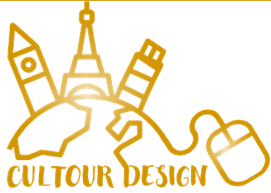
3. Szacowany czas nauki

- 2 godziny na zapoznanie się z główną treścią
- 2 godziny na zapoznanie się z dodatkowymi źródłami
- 2 godziny na zbadanie zastosowania technologii, które mogą wykorzystać umiejętności w praktyce
- 1 godzina na ukończenie oceny



4. Słowniczek terminów

- **Turystyka cyfrowa:** "odnosi się do sposobu, w jaki używamy **narzędzi cyfrowych do organizowania, zarządzania, a nawet czerpania przyjemności z podróży**" (Righini, 2022).
- **Umiejętności hybrydowe:** Połączenie umiejętności miękkich i technicznych (Tate, 2020).
- **Narracje:** Wzbogacanie funkcji archiwum cyfrowego poprzez krótkie wykłady [...], jako metoda personalizacji wspierająca i prowadząca użytkowników w obrębie kolekcji" (Agosti i in., 2015).
- **Zdolności do samokształcenia:** Umiejętność ta jest niezbędna do radzenia sobie z ciągłymi innowacjami cyfrowymi i elastycznością w obliczu ciągłych zmian i szkoleń. (Umiejętność ta obejmuje stałe szkolenie, zdolność adaptacji i elastyczność).



2. UMIEJĘTNOŚCI HYBRYDOWE W TURYSTYCE KULTUROWEJ: MYŚLENIE CYFROWE, ZDOLNOŚĆ ADAPTACJI I UMIEJĘTNOŚCI MIĘKKIE W ZAWODACH ZWIĄZANYCH Z TURYSTYKĄ

2.1 Wstęp

Pandemia COVID-19 spowodowała liczne zakłócenia we wszystkich dziedzinach ludzkiej działalności. Turystyka kulturowa jest jednym z sektorów, który został silnie dotknięty trudnymi konsekwencjami ograniczeń i przekształceń związanych z pandemią.

W erze po pandemii COVID-19 bycie ekspertem w dziedzinie kultury wymaga **połączenia umiejętności** radzenia sobie z **nowymi preferencjami klientów**, **transformacją cyfrową** i ciągłą potrzebą **adaptacji**.

2.2 Umiejętności miękkie w turystyce kulturowej

Turystyka kulturowa jest bardzo wymagającym sektorem, ponieważ zainteresowani turyści poszukują unikalnych i autentycznych doświadczeń w celu odkrywania i zdobywania nowej wiedzy. W związku z tym, aby sprostać wyzwaniom tego sektora i z powodzeniem spełnić wysokie oczekiwania, profesjonaliści muszą stale rozwijać kilka umiejętności miękkich.

- **Obsługa klienta**

Podobnie jak w przypadku wszystkich dziedzin hotelarstwa i turystyki, turystyka kulturowa rozwija się, gdy obsługa klienta spełnia jego oczekiwania. We wszystkich przypadkach klienci powinni być zadowoleni z usług, które otrzymują i być receptorami pozytywnych i proaktywnych postaw, które skutecznie reagują na wyzwania sektora



Nazwa obrazu: Headphones

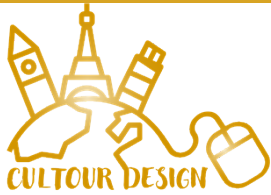
Źródło: Pixabay.com

- **Komunikacja**

Solidne umiejętności komunikacyjne (zarówno werbalne, jak i niewerbalne) są wysoko cenione w każdej branży, ale jeszcze bardziej w turystyce. Aby oferować lepsze doświadczenia turystyczne, profesjonaliści muszą być w stanie komunikować się z ludźmi z różnych środowisk etnicznych, rasowych i religijnych, w różnym wieku i o różnych temperamentach. W tym celu należy wykorzystać różne umiejętności werbalne i niewerbalne, aby ułatwić wymianę informacji poprzez pełne szacunku i empatyczne zachowania w środowiskach zróżnicowanych kulturowo. Ma to kluczowe znaczenie dla komunikacji z klientami, a także z innymi pracownikami.

- **Świadomość kulturowa**

Skuteczna komunikacja w turystyce jest szczególnie związana ze świadomością kulturową. Aby móc pracować z ludźmi z różnych środowisk kulturowych, profesjonaliści muszą być świadomi różnic kulturowych i być w stanie dostosować się do postaw i norm, które mogą różnić się od ich własnych. Dzięki świadomości i wrażliwości kulturowej różnice w postrzeganiu, wartościach i/lub przekonaniach nie utrudniają komunikacji z osobami z zagranicy.



- **Praca zespołowa**

W każdej organizacji wymagane jest wiele umiejętności, aby umożliwić i promować współpracę oraz zwiększyć produktywność. Pomyślne zakończenie zadań i złożone strategie biznesowe są wynikiem współpracy zespołów w celu skutecznego wykonywania wielu zadań jednocześnie.

- **Wielozadaniowość**

Aby odnieść sukces w turystyce, od profesjonalistów często oczekuje się pełnienia wielu ról jednocześnie. Oznacza to wykonywanie różnych zadań jednocześnie, obejmujących różne usługi. Wielozadaniowość wymaga skutecznego zarządzania czasem i umiejętności ustalania priorytetów, a także dobrego działania pod presją.

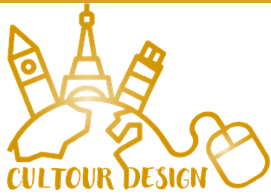
- **Inteligencja emocjonalna**

Umiejętność ta może być uważana za podstawę umiejętności miękkich, ponieważ wpływa na wszystkie z nich. Polega ona na umiejętności rozumienia i zarządzania własnymi emocjami, a przynajmniej na nie reagowaniu w sposób niezgodny ze sobą, co negatywnie wpływa zarówno na nas samych, jak i na innych ludzi. Profesjonaliści, którzy dobrze wykorzystują tę umiejętność, generują wysoką wydajność dzięki swoim zdolnościom emocjonalnym i racjonalnym. Są one ściśle związane z ideą odpowiedzialności, związaną z umiejętnością adekwatnego reagowania na różne sytuacje pojawiające się w codziennym życiu.

- **Rozwiązywanie konfliktów**

Jest to zestaw wiedzy i umiejętności, które są wykorzystywane w praktyce, aby zrozumieć i interweniować w pokojowe i pozbawione przemocy rozwiązywanie konfrontacji między dwiema lub więcej osobami. W tym celu ważne jest, aby mieć empatię, zidentyfikować naturę konfliktów, aby je zrozumieć i szukać lepszego rozwiązania, aby klient był zadowolony z usługi. Chociaż zawsze była to niezbędną umiejętność, staje się ona bardziej istotna w erze cyfrowej, ponieważ klient może łatwo i z większym zasięgiem rozpowszechniać negatywne opinie na temat konfliktów, które jego zdaniem zostały źle rozwiązane za pośrednictwem sieci społecznościowych i platform cyfrowych.

- **Kierownictwo**



Jest to zestaw umiejętności, dzięki którym dana osoba wpływa na sposób bycia lub działania ludzi w grupie roboczej, tak aby zespół pracował z entuzjazmem, aby osiągnąć swoje cele. Umiejętność ta obejmuje również delegowanie, przejmowanie inicjatywy i motywowanie. Przywództwo w erze PostCOVID również ulegnie zmianom, będzie oparte na neuro-przywództwie, w postaci lidera, który jest świadomy siebie i swoich własnych, który osiąga to, że jego pracownicy wykonują swoją pracę, która wydobywa doskonałość każdego z nich. Jeśli firmy z sektora turystycznego zaczną rozwijać swoich pracowników, będą uważane za świadome firmy, w których podstawowymi wartościami są nienaganna koordynacja, pokora ontologiczna, zarządzanie emocjonalne i konstruktywne negocjacje. Ten rodzaj przywództwa wpisuje się w trend zmiany z dawnego B2B (business to business - biznes do biznesu) na H2H (human to human - człowiek do człowieka), w którym relacje muszą być bliższe i bardziej ludzkie.

- **Adaptacyjność**

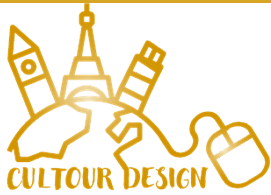
Jest to prawdopodobnie jedna z najbardziej rozwiniętych umiejętności miękkich w okresie pandemii. W tym przypadku odnosi się do zdolności pracowników do globalnej adaptacji: do firmy, zadania i środowiska pracy. Zmieniające się warunki pracy - w niektórych przypadkach niekorzystne - wymagają, aby profesjonalista z sektora turystycznego był w stanie rozwinąć tę umiejętność. Podobnie, profesjonalista musi również promować adaptację modeli biznesowych, dostosowując się do nowych sposobów łączenia klientów, pozyskiwania danych i informacji, łącząc odpowiednie wykorzystanie narzędzi technologicznych, które były promowane podczas izolacji. Era po pandemii COVID-19 zmusi oferty bezpośrednie w sektorze do dostosowania ich przestrzeni do "nowej normalności", z określonymi z góry odległościami między użytkownikami i klientami w placówkach, które są wymagane.

- **Praca zgodna z etyką**

Etyka pracy to przekonanie, że ciężka i sumienna praca przynosi korzyści moralne i nieodłączną zdolność lub cnotę do wzmacniania charakteru. Etyka nadaje priorytet pracy i umieszcza ją w centrum życia indywidualnego i społecznego. Niektóre z jej cech to bycie pracownikiem i chęć dodawania, a także lojalność, inicjatywa i motywacja. Inne powiązane kwestie to punktualność i nieuzasadnione nieobecności w pracy.

- **Zarządzanie czasem**

Umiejętność odróżnienia tego, co ważne, od tego, co pilne, radzenie sobie ze stresem w obliczu wielu czekających nas zadań oraz zdolność do codziennego wykonywania każdego przydzielonego zadania to umiejętności, które są wymagane nie tylko w turystyce, ale we wszystkich sektorach biznesu. Obecne środowisko zmusza profesjonalistów w tym sektorze do wykonywania wielu zadań jednocześnie, a to



niesie ze sobą pewne niebezpieczeństwa. Głównym z nich jest prokrastynacja, czyli odkładanie zadań na później lub szukanie wymówek, by zająć się czymś innym, zamiast robić to, co naprawdę ważne. Wiedza o tym, jak walczyć z prokrastynacją, jest niezbędną umiejętnością, aby stawić czoła obecnemu środowisku.

- **Wrażliwość na zrównoważony rozwój projektów**

Turystyka przyszłości, a także turystyka teraźniejszości, musi być zrównoważona, w przeciwnym razie nie będzie jej. Wyraźna długoterminowa orientacja, brak spekulacji, szacunek dla kultur, różnorodność i ochrona środowiska są niezbędne dla każdego dobrego profesjonalisty w branży turystycznej. Wymaga to wrażliwości, która powinna być umiejętnością branżą pod uwagę przez profesjonalistów w tym sektorze.

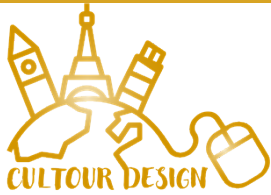
- **Kreatywność**

Kreatywność polega na dostrzeganiu możliwości, w których wyobraźnia profesjonalisty pozwala mu na składanie propozycji i tworzenie alternatyw, których inni nie zidentyfikowali. W obliczu wyzwań stojących przed sektorem, pomysły takie jak wirtualizacja procesów - pod względem oferowania doświadczeń związanych z kontaktem z innymi kulturami - lub włączenie działań gastronomicznych, kulturalnych, sportowych i innych zgodnie z życzeniami klienta i możliwościami zapewnianymi przez środowisko, pozwalają na dodanie wartości do propozycji i decydują o rozwoju inicjatyw. Podobnie, dostosowanie kreatywnej propozycji do tymczasowych potrzeb jest dowodem na umiejętność łączenia aspektów, które mogą się uzupełniać, a to stanowi różnicę dla rozwoju sektora. Na przykład, w związku z kontekstem, zakwaterowanie personelu medycznego lub zapewnienie udogodnień dla osób zakażonych lub poddanych kwarantannie.

- **Empatia**

Empatia to zdolność do postrzegania, odczuwania i rozumienia punktu widzenia innej osoby, przy jednoczesnym wykazywaniu aktywnego zainteresowania jej obawami lub problemami. Zdolność ta pozwala profesjonalistom stworzyć więź zaufania ze swoimi klientami, sprawiając, że czują się zrozumiani, a pośrednio to zaufanie pozytywnie wpływa na ich decyzje. Goście, którzy czują, że ich uwagi są wysłuchiwane, a ich preferencje spełniane, będą bardziej skłonni do wyboru jednej alternatywy zamiast innych i pozostania lub powrotu do miejsca, które generuje poczucie zrozumienia i prawdziwego zrozumienia.

- **Myślenie krytyczne**



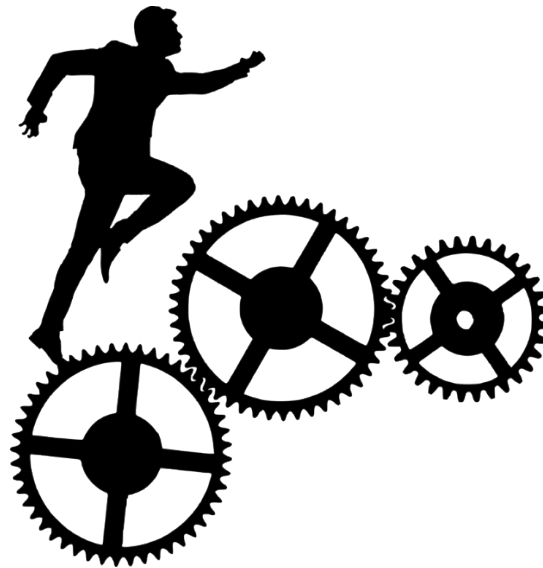
Zdolność ta jest charakterystyczna dla ludzi, którzy kwestionują to, co widzą i co analizują, tych, którzy starają się skutecznie zrozumieć, co dzieje się wokół nich. Zdolność ta zapewnia globalną wizję i ułatwia najlepsze zarządzanie otrzymanymi informacjami, ponieważ dana osoba jest w stanie zrozumieć i przyswoić treść w bardziej zwinny i skuteczny sposób.

- **Wrażliwość społeczna**

Jest to zdolność jednostki do identyfikowania, postrzegania i rozumienia sygnałów i kontekstów w interakcjach społecznych. To z kolei zdolność do wyboru zachowania, które najlepiej pasuje do sytuacji i zaangażowanych osób. Każda osoba staje w obliczu różnych problemów i reaguje inaczej na podobne problemy. Dlatego wrażliwość na te sytuacje generuje lepszą jakość usług i większą satysfakcję klienta. Przykładem może być wrażliwość na czynniki kulturowe, które warunkują zachowania ludzi, generując bliskie relacje pomimo różnic kulturowych; lub cierpliwość wobec osób starszych w zakresie obsługi technologii.

- **Zdolność uczenia się**

Ciągle zmiany technologiczne oraz nowe wymagania społeczne i środowiskowe wymagają od profesjonalistów rozwijania umiejętności analizowania sytuacji zgodnie z ich kryteriami, wyszukiwania odpowiednich informacji i samodzielnego rozwiązywania problemów w celu podejmowania decyzji, które pozwolą im dostosować ofertę biznesową do tych nowych wymagań, a tym samym usprawnić jej działanie. Proces ten pociąga za sobą odpowiedzialność za to, czego się nauczono, więc przed podjęciem działań należy przeanalizować prawidłowy sposób postępowania, monitorować działania i oceniać wyniki, aby promować tę naukę w organizacji.



Nazwa obrazu: Analysis, Automation

Źródło: Pixabay.com

2.3 Umiejętności cyfrowe na rzecz konkurencyjności w turystyce kulturowej

- **Turystyka cyfrowa**

Turystyka cyfrowa "odnosi się do sposobu, w jaki wykorzystujemy **narzędzia cyfrowe do organizowania, zarządzania, a nawet czerpania przyjemności z podróży**" (Righini, 2022). Zgodnie z transformacją cyfrową, turystyka w coraz większym stopniu stosuje i/lub tworzy nowe narzędzia technologiczne, usługi i produkty w celu zapewnienia konkurencyjności poprzez **poprawę wyników** zarówno w zakresie obsługi klienta, jak i sprzedaży.

Dzięki nowym strategiom i rozwiązaniom technologicznym, specjaliści ds. turystyki są obecnie w stanie przygotować, zorganizować i zarządzać unikalnymi doświadczeniami związanymi z turystyką kulturową. Aby odnieść sukces w tak złożonych zadaniach, muszą oni zapoznać się z narzędziami takimi jak poniższe:

- **Zdalna wymiana wiedzy**
- **Wirtualne transmisje wydarzeń i wycieczek**
- **Spotkania i interakcje online**
- **Wirtualny format produktów kulturalnych**

- **Komunikacja cyfrowa**

Szczególnie w erze post-COVID oczekuje się, że komunikacja będzie skuteczna i wydajna w środowiskach cyfrowych. Specjaliści z branży turystycznej muszą być w stanie pracować, współpracować i komunikować się cyfrowo (w trybie wirtualnym lub pół-wirtualnym) - zarówno indywidualnie, jak i zespołowo.

Ten rodzaj komunikacji jest zwykle realizowany na różnych platformach cyfrowych i w sieciach społecznościowych, gdzie użytkownicy muszą być w stanie wykonywać skomplikowane zadania, takie jak rozwiązywanie konfliktów.



Aby komunikować się i współpracować z zespołem, a także organizować, planować i wdrażać projekty, korzystaj z **platform do zarządzania projektami**, takich jak Microsoft Teams, Monday, Trello itp.

- **Pomoc wirtualna / Korzystanie z platform komunikacyjnych**

Umiejętności komunikacji i obsługi klienta muszą być przenoszone do środowisk cyfrowych, ponieważ turystyka kulturowa jest jedną z dziedzin, które przechodzą cyfrową transformację (Agosti i in., 2014). Skuteczne platformy komunikacyjne i dodatkowe funkcje, takie jak wirtualna pomoc, zapewniają **natychmiastowe zaangażowanie**; pomagają również w podejmowaniu decyzji i zapobiegają niepotrzebnym wizytom i rozczarowaniom. Następnie, gdy są wykorzystywane, stanowią wyraźną **przewagę technologiczną nad konkurencją**.



Nazwa obrazu: Virtual assistant

Źródło: Pixabay.com

- **Kierowanie w środowiskach wirtualnych**

Turystyka cyfrowa jest obecnie wzbogacona o różne narzędzia, które zapewniają alternatywne doświadczenia. Jednym z trendów w turystyce jest oferowanie możliwości wirtualnego zwiedzania całych obiektów dziedzictwa kulturowego w cyfrowych światach. Dzięki kreacjom 3D i wirtualnym wycieczkom 360, odwiedzający mogą teraz wędrować po różnych miejscach i wchodzić w interakcje z zasobami i funkcjami. Podczas tego doświadczenia czasami potrzebują wskazówek, które profesjonaliści z branży turystycznej muszą być w stanie zapewnić.

- **Przetwarzanie metod płatności, np. blockchain i transakcji cyfrowych**

Cyfrowa transformacja w turystyce obejmuje również transakcje finansowe w środowiskach cyfrowych. Nowe metody płatności muszą zostać wprowadzone, aby spełnić nowe oczekiwania klientów i ułatwić podróż w ulepszonych środowiskach cyfrowych. W oparciu o ten trend, profesjonaliści muszą zapoznać się z blockchain i transakcjami cyfrowymi w różnych walutach cyfrowych (Narayanan i in., 2016).

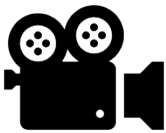
Najpopularniejsze waluty cyfrowe to:

- **Bitcoin**

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

Aby móc korzystać z transakcji cyfrowych, uczniowie muszą zapoznać się z następującymi pojęciami:

- **Portfel cyfrowy:** narzędzia płatności online w formie aplikacji, działające podobnie jak banki.



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

- **Szybkość transakcji:** Szybkość, z jaką każda waluta kończy przetwarzanie transakcji cyfrowej.

2.4 Umiejętności hybrydowe i sposób ich zastosowania

- **Definicja umiejętności hybrydowych**

Umiejętności hybrydowe wynikają z połączenia umiejętności miękkich/ludzkich i twardych/technicznych. W erze transformacji cyfrowej - zwłaszcza po wybuchu pandemii COVID-19 - hybrydyzacja miejsc pracy wymaga zastosowania takich umiejętności, a zatem narzuca procesy podnoszenia i zmiany kwalifikacji w większości pracowników w celu sprostania transformacji.

- **Jak zastosować umiejętności hybrydowe w pracy związanej z turystyką?**

Zaprezentuj zwinność: Nawet jeśli nie jesteś obeznany z technologią, bądź otwarty na naukę nowych rzeczy, eksperymentuj i w końcu naucz się korzystać z **dowolnego urządzenia - lub przynajmniej z jego podstawowych funkcji**. Technologia rozwija się szybko i ty też powinieneś, jeśli chcesz za nią nadążyć!

Adaptacyjne uczenie się: Zawsze staraj się znaleźć **najbardziej efektywne ścieżki nauki dla swoich potrzeb**.

Polegaj na technikach i platformach współpracy: Zespoły zawsze pracują lepiej, gdy mają zapewnione narzędzia do efektywnej współpracy.

Umiejętności Komunikacji Cyfrowej: Podczas komunikacji z odwiedzającymi lub innymi zainteresowanymi stronami za pośrednictwem platform internetowych:

- Używaj **neutralnego/inkluzywnego języka**. W każdym rodzaju komunikacji kluczowe znaczenie ma stosowanie metod komunikacji, które nie obrażają ani nie ranią innych osób i które promują równość i różnorodność. Aby to osiągnąć, należy komunikować się w sposób, który nie wyklucza ani nie dyskryminuje innych.

Wskazówka: Pobierz bezpłatne zasoby/przewodniki online, aby dowiedzieć się więcej o języku inkluzywnym.

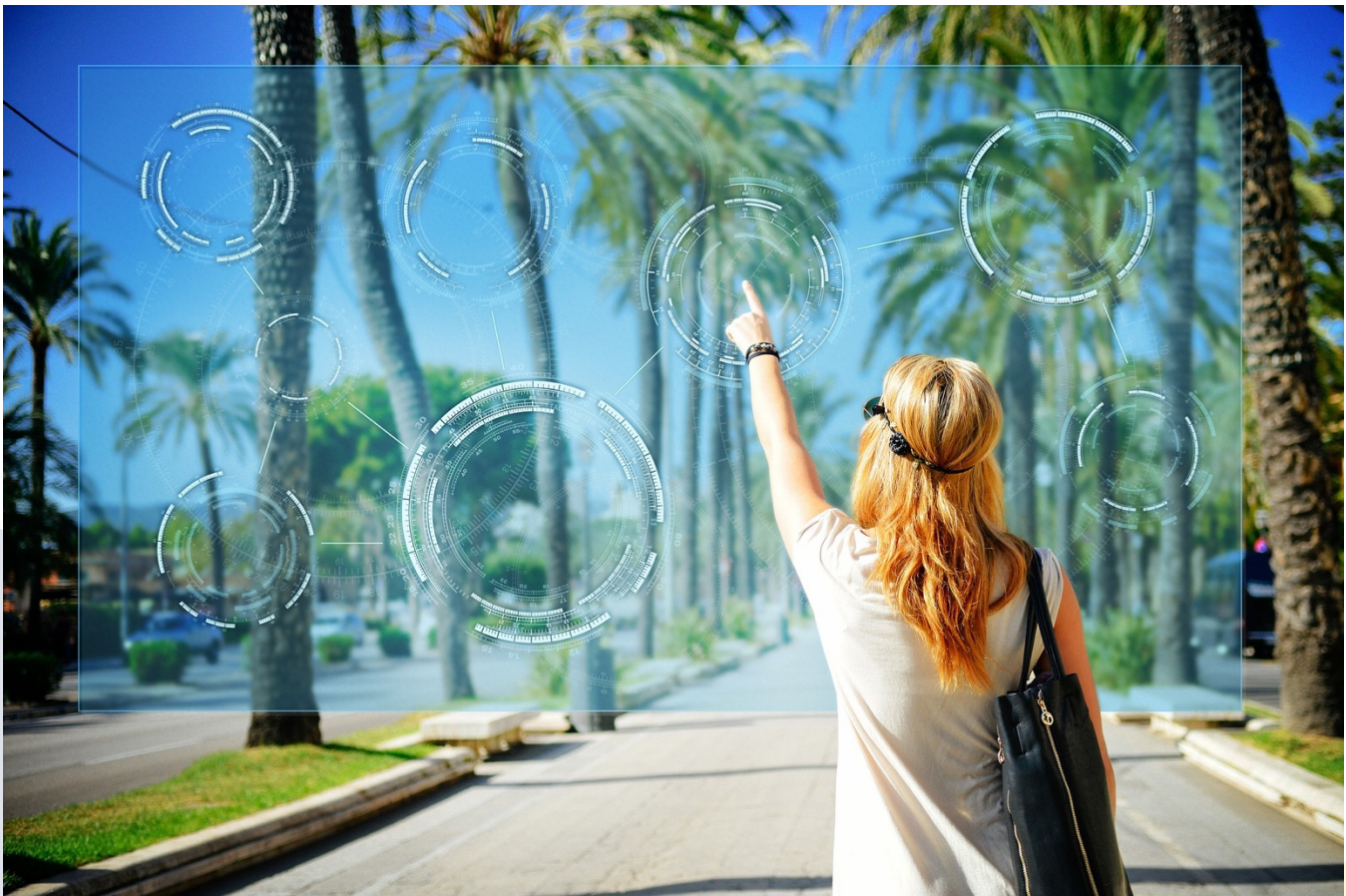
Zobacz na przykład: <https://www.monterail.com/diversity-and-inclusion>

- **Emoji:** Emoji to "małe cyfrowe obrazy lub ikony używane do wyrażania idei lub emocji w wiadomościach elektronicznych i na stronach internetowych" (Oxford Dictionary, Wikipedia). W mniej formalnych markach i środowiskach użytkownicy końcowi czują się swobodniej, gdy w komunikacji uwzględnia się mniej elementów formalnych. Co więcej, w niektórych grupach demograficznych emoji są łatwiejsze do zrozumienia i docenienia i są często używane w celu uniknięcia nieporozumień, zwłaszcza gdy ton wypowiedzi nie jest jasny.
- Używaj **jasnej i zrozumiałej mowy**. Komunikacja pisemna i/lub wirtualna jest pozbawiona różnych elementów, które ułatwiają zrozumienie i skuteczne przekazywanie wiadomości w sposób, w jaki ma być ona przekazywana. Dlatego profesjonaliści muszą zachować ostrożność podczas tworzenia alternatywnych form komunikacji w środowiskach cyfrowych.
- Podczas korzystania z kamery (np. podczas rozmów wideo): **utrzymuj kontakt wzrokowy** z kamerą, **symuluj odpowiedni obraz biura** i **ustaw neutralne lub określone tło** - lub **wyglądaj na stojącego podczas wirtualnej wycieczki** (Hammond & Moseley, 2018).
- Weź pod uwagę **potrzeby/oceny użytkowników**. Pomoże to zaangażować nowe kategorie użytkowników, wziąć pod uwagę wymagania szerszych grup i zaangażować więcej interesariuszy.

Wzbudzanie i utrzymywanie zainteresowania jest trudne w przypadku treści cyfrowych. Wynika to z faktu, że tego rodzaju treści nie zawsze są doceniane, a ich wartość jest często podatna na luki w wiedzy lub jednostronne poglądy. Kluczem jest tutaj wypełnienie luk między wiedzą ekspercką / konkretnymi zainteresowaniami a podstawową wiedzą / umiejętnościami, które przeciętni użytkownicy mają większe szanse. W tym celu sama treść nie wystarczy: specjaliści muszą znaleźć sposoby na uczynienie treści bardziej zrozumiałymi i przyjemnymi.

Interakcje w środowiskach wirtualnej/rozszerzonej rzeczywistości: jeśli/kiedy wymagane jest wykonywanie wycieczek w środowiskach wirtualnej lub rozszerzonej rzeczywistości, specjaliści muszą być w stanie:

- **Tworzyć narracje:** Wykorzystaj ten rodzaj "wzbogacania funkcji archiwum cyfrowego poprzez krótkie wykłady [...], jako metodę personalizacji, aby wspierać i prowadzić użytkowników w obrębie kolekcji" (Agosti i in., 2015). Narracje podkreślają zawartość i jej znaczenie, dostarczają dodatkowych informacji, które mogą pomóc w nawigacji i ułatwiają interakcję z systemem i jego funkcjami.
- **Zapewnić poradę/pomoc** w razie potrzeby
- **Traktować rzeczywiste i wirtualne zasoby tak samo**, aby ułatwić odwiedzającym zanurzenie się w doświadczeniu.



Nazwa obrazu: Woman, technology

Źródło: Pixabay.com

2.4 Źródła dodatkowe

No.	Tytuł źródła	Typ źródła	Link
		[artykuł online, post, gazeta, strona, narzędzie, itd.]	
1	Top 7 soft skills for a Career in Hospitality and Tourism Management	Artykuł online	https://www.berlinsbi.com/blog/career-advice/top-7-soft-skills-for-a-career-in-hospitality-and-tourism-management
2	THE KEY SOFT SKILLS OF TOURISM PROFESSIONALS FOR POSTCOVID	Wpis na blogu	https://blogs.salleurl.edu/en/key-soft-skills-tourism-professionals-postcovid
3	The Rise of Hybrid Jobs and Hybrid Skills	Artykuł online	https://www.mycomputercareer.edu/news/the-rise-of-hybrid-jobs-and-hybrid-skills/
4	WHAT ARE HYBRID SKILLS? (WITH EXAMPLES)	Artykuł online	https://www.zippia.com/advice/hybrid-skills/
5	TEXTOUR - rethinking cultural tourism in Europe and beyond	Film na YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=dVR7Tsa0eF4
6	How To Create Virtual Tour – A Complete Guide [2022]	Artykuł online	https://retheme.com/complete-guide-create-virtual-tour/

7	Diversity is a fact, inclusion is a choice	Darmowy do ściągnięcia przewodnik	https://www.monterail.com/diversity-and-inclusion
	Digital Wallet	Film na YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=ztVjb_D_z5Q

3. ANALIZA PRZYPADKÓW I HISTORIE SUKCESU

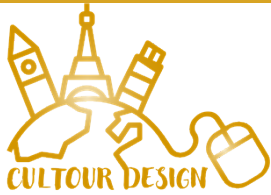
Turyści w Europie mają naprawdę duży wybór. Problemem, przed którym stoi wiele destynacji, jest to, jak uwolnić potencjał turystyki kulturowej. Europejscy badacze zajmują się przekształcaniem tego rozwijającego się sektora w dobrze zarządzany, połączony pakiet informacji, e-usług i doświadczeń, które naprawdę pomagają umieścić miasto na mapie.

ANALIZA PRZYPADKU 1: "Zintegrowane e-usługi dla zaawansowanego dostępu do dziedzictwa kulturowego w miejscach turystycznych - Amsterdam, Genua i Lipsk (Isaac)"

Niedawno zakończone europejskie konsorcjum badaczy i interesariuszy turystyki kulturowej mogło znaleźć rozwiązanie.

Opracowano pakiet 1 z 5 "Zintegrowanych e-usług na rzecz zaawansowanego dostępu do dziedzictwa kulturowego w turystycznych destynacjach kulturalnych (Isaac)", czyli coś, co koordynatorka projektu Isaac, Krassimira Paskaleva-Shapira z Manchester Business School, nazywa "otwartą skrzynką dla turystyki kulturalnej". Partnerzy projektu opracowali unikalną, skoncentrowaną na użytkownika platformę internetową, która działa zarówno jako rozproszone repozytorium "inteligentnych treści dziedzictwa kulturowego", jak i jako zorientowana na usługi architektura oprogramowania do dostosowywania sposobu prezentacji treści i dostępu do nich przez użytkowników.

Platforma Isaac wykorzystuje bogactwo wiedzy kulturalnej już dostępnej w mieście w postaci aktualnych treści internetowych i materiałów archiwalnych, a także, wykorzystując rozwój technologii Web 2.0, zachęca społeczeństwo (mieszkańców i turystów) do wzbogacania i aktualizowania materiałów. W połączeniu, źródła te pomagają rozszerzyć zakres walorów turystyki kulturowej, co może również odciążać najpopularniejsze miejsca opisane w przewodnikach.



Partnerzy projektu opracowali unikalną, skoncentrowaną na użytkowniku platformę internetową, która działa zarówno jako rozproszone repozytorium "inteligentnych treści dziedzictwa kulturowego", jak i jako zorientowana na usługi architektura oprogramowania do dostosowywania sposobu prezentacji treści i dostępu do nich przez użytkowników.

Platforma Isaac wykorzystuje bogactwo wiedzy kulturalnej już dostępnej w mieście w postaci aktualnych treści internetowych i materiałów archiwalnych, a także, wykorzystując rozwój technologii Web 2.0, zachęca społeczeństwo (mieszkańców i turystów) do wzbogacania i aktualizowania materiałów.

W połączeniu, źródła te pomagają rozszerzyć zakres walorów turystyki kulturowej, co może również odciążać najpopularniejsze miejsca opisywane w przewodnikach.

Partnerzy projektu zademonstrowali również niezawodny sposób integracji wkładu i interesów szeregu różnych interesariuszy, od władz turystycznych i miejskich po dostawców usług turystycznych, lokalnych mieszkańców i samych turystów.

Platforma została z powodzeniem wdrożona w **Amsterdamie, Genui i Lipsku** i cieszy się rosnącym poparciem na poziomie lokalnym w miastach.

Mieszkańcy publikują własne historie, zdjęcia i informacje o miejscach dziedzictwa kulturowego i wydarzeniach kulturalnych w swojej okolicy, co może przyciągnąć również zainteresowanie z zewnątrz - wyjaśnia dr Paskaleva-Shapira. Tworzy to wyjątkowe połączenie między lokalnymi mieszkańcami i turystami, zapewniając bogatsze doświadczenie oczekiwanej i nieoczekiwanej kultury w miejscu docelowym - muzeów, mało znanych festiwali, sztuki publicznej, tradycji, butików itp. Nasz zintegrowany portal i e-usługi sprawiają, że odwiedzający odczuwa, czuje, myśli, działa i odnosi się do dziedzictwa kulturowego, a nie tylko biernie na nie patrzy. Chodzi o promowanie punktów sprzedaży opartych na doświadczeniu i nadanie poczucia lokalności i znaczenia lokalnemu dziedzictwu.

Tak naprawdę wyniki badań Isaaca pokazują, że modernizacja technologii informacyjno-komunikacyjnych nie jest wystarczająca do przekształcenia świadczenia usług w turystyce dziedzictwa kulturowego, zauważa dr Paskaleva-Shapira. Zmiana sposobu pracy organizacji rządowych i przekształcenie relacji między rządem a interesariuszami może znacznie uwolnić potencjał lepszych i bogatszych e-usług [w tej dziedzinie]. Isaac odkrył, że równie ważne było przyjęcie nowego sposobu myślenia i zidentyfikowanie możliwości innowacji, zarówno technologicznych, jak i nietechnologicznych.

Może to oznaczać lepsze wykorzystanie e-usług i lepszą koordynację między grupami zajmującymi się dziedzictwem kulturowym, marketingowcami turystycznymi i krajowymi organizacjami turystycznymi w celu znalezienia ukrytych skarbów kultury w miejscu docelowym. Wykorzystuje usługi takie jak spersonalizowane trasy i geolokalizacja, aby znaleźć miejsca poza utartymi szlakami, co staje się "podróżą po miejskim dziedzictwie". Można to zaplanować, zanim jeszcze odwiedzający

zarezerwuje hotel. "Dzięki usługom Isaaca mogą sprawdzić, czy hotel znajduje się w "znaczącym sąsiedztwie", a następnie zaplanować trasę, aby cieszyć się otoczeniem, co sprawia, że planowanie podróży jest łatwiejsze, przyjemniejsze, ale także pouczające" - potwierdza koordynator.

Nienamagalne rezultaty:

Projekt dostarczył zintegrowaną i konfigurowalną platformę ICT dla miejsc związanych z dziedzictwem kulturowym, a także wypełnił ją dostępnymi e-usługami i e-podręcznikiem, aby pomóc w podejmowaniu strategicznych decyzji w tym sektorze. W ramach projektu opracowano również nowe ramy zarządzania i narzędzia do zarządzania e-usługami turystyki kulturowej w ośrodkach miejskich, w szczególności stronę internetową Isaac's e-governance w Genui. Wprowadził również ideę "strategii interpretacyjnych", które poprzez narrację i historię pomagają miastom testowym pozycjonować lub budować markę ich miejsc e-historii. Zespół Isaac, składający się z 14 partnerów z 5 krajów, oferuje wiele innych wskazówek i narzędzi (technologicznych i nietechnologicznych), które można znaleźć na ich aktualnej stronie internetowej. Inne miasta są również zaproszone do przyłączenia się do ruchu Isaac.



ZDJĘCIE - 1: Bike over canal in Amsterdam City

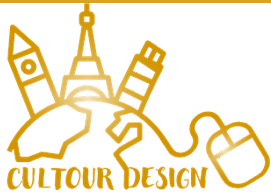


ZDJĘCIE - 2: Landscape of the beautiful medieval Italian city of Genoa



ZDJĘCIE - 3: Limburg Cathedral under a cloudy sky in Germany

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



ANALIZA PRZYPADKU 2 - Zatopione wioski nad jeziorem Velenje

Głęboko w jeziorach Doliny Szalejskiej znajdują się ukryte, niemal zapomniane wioski. Izba Turystyczna Doliny Szalejskiej chciała stworzyć nowy produkt turystyczny, który obejmowałby wszystkie główne atrakcje, ale w nowy i atrakcyjny sposób.

W ramach przygody odwiedzający są zabierani do kopalni, aby dowiedzieć się o jeziorach i historiach ludzi znajdujących się nad ziemią za pośrednictwem animowanego wideo. Następnie podróżują na środek jeziora łodzią elektryczną, gdzie wirtualnie schodzą na dno jeziora, aby zbadać hiperrealistyczną, cyfrowo zrekonstruowaną wioskę Škale w 3D za pomocą okularów VR. Przygoda kończy się nad brzegiem jeziora, na platformie widokowej.

Cyfrowa innowacja dziedzictwa kulturowego może być rozumiana jako skoncentrowany na użytkowniku rozwój nowych produktów i usług, które wykorzystują potencjał nowych technologii (rzeczywistość rozszerzona, skanowanie 3D i drukowanie 3D, platformy internetowe, ...), przy jednoczesnym poszanowaniu dziedzictwa kulturowego i jego systemów ochrony w celu rozwijania nowej wiedzy i umiejętności (myślenie artystyczne i projektowe, modelowanie biznesowe, doświadczenie użytkownika, marketing cyfrowy, ...).

Skuteczne opowiadanie i tworzenie historii angażuje ludzi o różnym pochodzeniu i umiejętnościach - od ekspertów w dziedzinie dziedzictwa, marketerów treści, profesjonalnych opowiadaczy historii, ekspertów cyfrowych, aktywistów, artystów cyfrowych i grup docelowych. Jest to żywy zbiór umiejętności i wiedzy, nigdy nie sfinalizowany i nigdy statyczny, zawsze dostosowujący się do zmian w środowisku oraz do zainteresowań i punktów kontaktowych uczestników.

Oprócz warsztatów, szkoleń i doradztwa strategicznego, Turystyka 4.0 Heritage+ obejmuje program inkubacji HeritageLab ([HeritageLab incubation programme](#)), po raz pierwszy wdrożony w Idriji, wpisanej na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.



ZDJĘCIE - 1: Old ancient building in a city



ZDJĘCIE - 2: Trees on the mountains surrounded by lake Šaleška

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

4. Ocenianie

4.1 Ocena poziomu wiedzy

- Pytanie 1 (wielokrotny wybór lub prawda/fałsz):

Umiejętności obsługi klienta polegają na:

[odpowiadaniu na zapytania w sposób, który ci odpowiada] **[spełnianiu oczekiwań klienta]** **[unikaniu trudnych klientów]**

- Question 2 (multiple choice or true/false): Pytanie 2 (wielokrotny wybór lub prawda/fałsz):

Skuteczne komunikowanie się oznacza:

[umiejętność wymiany informacji] [okazywanie szacunku] [okazywanie empatii] **[wszystkie powyższe]**

- Pytanie 3 (wielokrotny wybór lub prawda/fałsz):

Wirtualna pomoc wymaga fizycznej obecności:

[Fałsz] [Prawda]

- Pytanie 4 (wiele poprawnych odpowiedzi):

Turystyka kulturowa polega na:

[poszukiwaniu autentycznych doświadczeń] **[zdobywaniu nowej wiedzy]** [odwiedzaniu muzeów]
[odwiedzaniu odległych wiosek]

- Pytanie 5 (wiele poprawnych odpowiedzi):

Do tworzenia wirtualnych miejsc dziedzictwa kulturowego wykorzystuje się:

[wytwory 3D] [cyfrowe portfele] [kryptowaluty] **[wirtualne wycieczki 360]**.

- Pytanie 6 (wiele poprawnych odpowiedzi):

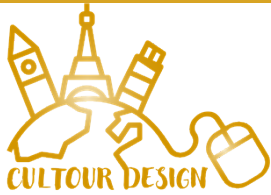
Transformacja cyfrowa w turystyce kulturowej umożliwia tworzenie:

[nowych mediów społecznościowych] [nowych walut cyfrowych] **[Wirtualnych transmisji wydarzeń i wycieczek]** **[Wirtualnych transmisji z wydarzeń i wycieczki]**

- Pytanie 7 (wiele poprawnych odpowiedzi):

Środowiska cyfrowe umożliwiają komunikację w:

[funkcje hostowane] [rozszerzenia] **[tryby wirtualne]** **[tryby pół-wirtualne]**



- Pytanie 8 (dopasowywanie):

Dopasuj terminy do ich definicji.

Termin 1 **Turystyka cyfrowa:** Sposoby, w jakie wykorzystujemy narzędzia cyfrowe do organizowania, zarządzania, a nawet czerpania przyjemności z podróży.

Termin 2 **Komunikacja cyfrowa:** Komunikacja w środowisku cyfrowym.

Termin 3 **Wirtualna pomoc:** Pomoc świadczona cyfrowo bez potrzeby fizycznej obecności.

Termin 4 **Umiejętności hybrydowe:** Połączenie umiejętności miękkich/ludzkich i twardych/technicznych.

Termin 5 **Świadomość kulturowa:** Wrażliwość i ostrożność w kontaktach z osobami z różnych środowisk kulturowych.

- Pytanie 9 (dopasowywanie):

Dopasuj pojęcia do ich wyjaśnień.

Pojęcie 1 **Portfel cyfrowy:** Narzędzia płatności online w formie aplikacji, działające podobnie jak banki.

Pojęcie 2 **Szybkość transakcji:** Szybkość, z jaką każda waluta kończy przetwarzanie transakcji cyfrowej.

Pojęcie 3 **Emoji:** Małe cyfrowe obrazy lub ikony używane do wyrażania idei lub emocji w wiadomościach elektronicznych i na stronach internetowych.

Pojęcie 4 **Transakcje cyfrowe:** Transakcje online, których szybkość zależy od waluty cyfrowej, w której są przeprowadzane.

Pojęcie 5 **Waluty cyfrowe:** Kryptoaktywa, które nie są emitowane przez bank centralny.

- Pytanie 10 (dopasowywanie):

Dopasuj problemy do ich rozwiązań.

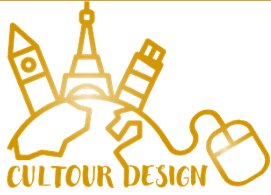
Problem 1 **Zapewniam pomoc online klientowi, ale nie znam jego pochodzenia kulturowego i nie chcę powodować nieporozumień:** Zachowaj jasną i wyczerpującą wypowiedź, używaj inkluzywnego języka.

Problem 2 **Podczas komunikacji online z klientem przypadkowo używam wyrażenia, które może mieć podwójne znaczenie:** Dodaj emoji, aby wyjaśnić znaczenie.

Problem 3 **Stworzyłem wirtualną wycieczkę, ale oceny i testy ujawniają czasami dezorientację:** Zapewnij wirtualne wskazówki, dodaj narracje.

Problem 4 **Chcę mieć kontrolę nad szybkością transakcji:** Użyj walut cyfrowych.

Problem 5 **Chcę zatrudnić pracowników do mojej organizacji turystyki kulturowej:** Poszukaj osób z umiejętnościami hybrydowymi.



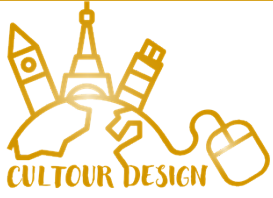
4.2 Ocena umiejętności

Chcesz stworzyć organizację turystyki kulturowej, ale chcesz stworzyć hybrydowe środowisko pracy, aby pomieścić osoby pracujące w różnych obszarach geograficznych. Ponadto osoby te mają zarówno umiejętności miękkie, jak i techniczne, a Ty wahasz się, jak przydzielić im zadania.

Rozwiązanie: Powinieneś zainwestować w platformę współpracy. Powinieneś także stworzyć stronę internetową, gdzie będą gościć różne funkcje i gdzie umiejętności hybrydowe Twoich pracowników zostaną dobrze wykorzystane. Przydzielaj zadania w oparciu o środowisko cyfrowe, które tworzysz dla swoich klientów. Szanuj różnorodność kulturową i używaj inkluzywnego języka. Zapewnij wirtualną pomoc 24/7, aby poprawić cyfrowe doświadczenia swoich klientów.

5. Źródła

- 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/>



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

