

SKLOP 1: MEDKULTURNI TURIZEM

Osnove kulturnega in gastronomskega turizma, mag. Miha Bratec in mag. Helena Cviki, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Spoznavanje s pojmom kulturnega turizma in kulturnega turista ter njunim razumevanjem skozi zgodovino in danes. Koncept kulturnega turizma bomo nadgradili z aktualnim konceptom kreativnega turizma ter se spoznali še zakonitostmi gastronomskega turizma ter njegovih dobrih praks doma in po svetu.

Zgodovinski pregled Istre, dr. Petra Kavrečič, UP FHŠ

Istra „od paleolita do Tita“. Sprehod skozi čas. V okviru predavanja bodo predstavljeni »mejniki«, ki so skozi zgodovino zaznamovali prostor Istre. Naredili bomo pregled ključnih zgodovinskih procesov, ki so se odvijali na tem območju.

Dediščina in nacionalne identitete v Istri, dr. Katja Hrobat Virloget, UP FHŠ

Predavanje bo predstavilo osnovna spoznanja knjige v Tišini spomina. »Eksodus« in Istra, kjer bodo v ospredju zamolčani spomini na kolektivne travme preteklosti, predvsem na »eksodus« in na priseljevanje v Istro, ki je povsem spremenilo družbeno in etnično podobo Istre. Spoznali bomo utišane spomine slovenskih in italijanskih Istranov, priseljencev iz Slovenije in nekdanjih republik Jugoslavije, ki še danes vplivajo na sobivanje različnih etničnih identitet v Istri. Skoraj popolna zamenjava prebivalstva po »eksodusu« je močno vplivala tudi na odnose do lokalne dediščine in na občutek pripadnosti kraju. Prikaz zelo izpovednega filma o (ne)avtentičnosti nesnovne dediščine, ob čemer bi razpravljali.

Dediščina in nacionalne identitete na Goriškem, dr. Jasna Fakin Bajec, ZRC SAZU

V sklopu predavanja se bodo poslušalci najprej seznanili z zgodovinskimi, etnološkimi, umetnostno-zgodovinskimi in geografskimi značilnostmi Goriške, ki se kažejo tudi v identifikacijskih procesih nastajanja in utrjevanja regionalne, čezmejne identitete. Izpostavljena bo zgodovina čezmejne Goriške od prvega nastajanja nacionalnih identitet v 19. stoletju do danes. V drugem delu se bomo osredotočili na elemente snovne in nesnovne dediščine (arhitektura, industrijska dediščina, nacionalna meja, kmetijstvo, šege in navade ob državnih praznikih, spomin idr.), ki zaznamuje goriški prostor. Ker govorimo o zelo kompleksnem družbeno-političnem in kulturnem prostoru, je tudi težko jasno identificirati, kaj lokalno prebivalstvo razume kot dediščino Goriške.

Nesnovna dediščina, izr. prof. dr. Katja Hrobat Virloget, UP FHŠ

Predavanje bo predstavilo nekaj osnovnih konceptov nesnovne dediščine, kategorizacije in problemov, ki jih prinaša njena zaščita. Osnovno vprašanje je, kako zaščititi dediščino, ki bi morala ostati še naprej živa in spremenljiva, kar je v nasprotju s konceptom zaščite? Na svetovnih in slovenskih primerih bomo spregovorili o (ne)avtentičnosti dediščine, pojmu, ki se je izkazal za neuporaben v etnologiji, in spornosti nesnovne dediščine.

Med-več-transkulturnost: primer ribištva, dr. Alenka Janko Spreizer, FHŠ

Predavanje najprej pojasni pojme kultura, interkulturnost, večkulturnost in transkulturnost, ki so pomembni za razumevanje (več)kulturnega turizma v Izoli z okolico. Nato predstavi vsakdanje življenje ribičev in delavk v tovarnah ribjih konzerv in predelave hrane iz preteklosti. Preko poti tovarn, poti škerov, poti fabrik in poti San Dona oriše zgodovino, večkulturnost ter vsakdanji način življenja ribičev in delavk, ki so potencialno privlačna zgodba za turizem v Istri.

Temelji trženja in komuniciranja v turizmu, mag. Miha Bratec in Adrijana Šučur, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Trženje in komuniciranje sta v turizmu glavna dejavnika razvoja in kvalitete ponudbe in storitev. Katere smernice uporabljamo pri komunikaciji v gostinstvu? Na kakšne vrste verbalno in neverbalno komunikacijo moramo biti pozorni? Kako podajmo ključna sporočila? In nenazadnje, kako sta se komunikacija z gosti in trženje ponudbe prilagodila epidemičnim razmeram? Skozi vse te dileme in izzive se bomo sprehodili na podlagi praktičnih primerov.

Medkulturnost v gastronomiji in gastronomskem turizmu, moderni trendi, Katharina Mrozek, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Konkurenčnost turističnih destinacij zavisi tudi od njihove pestrosti gostinske ponudbe. "Hipsterizacija" mest poudarja pomen etnične gostinske ponudbe, ki je v nekaterih mestih uspešno reformirala klasično in konzervativno turistično ponudbo. Skozi zgodbe gostincev si bomo ogledali, kako se medkulturnost zrcali v gastronomski ponudbi Avstrijske prestolnice, ki poleg klasične Dunajske kuhinje, goste privablja s številnimi kuharskimi zvezdniki z migrantskim ozadjem.

Moderni pristopi k oblikovanju turističnih proizvodov, mag. Miha Bratec, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Oblikovanje turističnih produktov zahteva številna multidisciplinarna znanja in strukturiran proces sodelovanja deležnikov. Sprehodili se bomo skozi zgodovino in temeljna spoznanja razvoja turističnih proizvodov ter si ogledali aktualne smernice in metode s pomočjo katerih lahko razvijamo konkurenčne in trajnostno naravnane turistično-gostinske proizvode.

Razvoj gastronomsko-turističnih doživetij po lean start-up metodologiji, mag. Miha Bratec in Jaka Godejša, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Lean-startup metoda predstavlja primer vitkega pristopa k razvoju storitvenih produktov in daje velik poudarek vključevanju uporabnika storitev že v proces razvoja. Kakšne so pri tem značilnosti razvoja gostinske ponudbe? In česa si gurmani trenutno najbolj želijo, ko obiskujejo gostinske lokale in ko si zaželijo gastronomskih doživetij?

Upravljanje s cenovno politiko in prihodkovnim managementom v turizmu in gostinstvu, mag. Miha Bratec in Adrijana Šučur, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Cenovna politika in prihodkovni management sta v zadnjem desetletju postala ključni orodji za uspešno upravljanje turističnih in gostinskih dejavnosti. Vse večja konkurenca narekuje diverzifikacijo ponudbe, vse večja transparentnost informacij pa gostu daje možnost izbire lokala, ki je najbolj skladen z njihovimi pričakovanji glede kvalitete in cene. Na podlagi primerov dobrih praks se bomo spoznali s konkurenčno matriko, ki je temelj za uspešno cenovno pozicioniranje vsakega gostinca.

Strokovni ogledi sodelovalnih praks v turizmu: ekskurzija v zaledje Istre/Goriška Brda, mag. Miha Bratec, Denis Smerkolj, Mojca Stubelj Ars, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Ogledali si bomo dobre prakse sodelovanja med gostinskimi in turističnimi ponudniki v dveh zelo hitro razvijajočih se gastronomskih turističnih destinacijah v makroregiji Mediteranska Slovenija.

Delo na lastni temi z mentorjem, dr. Daša Ličen, ZRC SAZU

Udeleženci se bodo z mentorico posvetovali o relevantnih temah. Na individualnem primeru bodo preučili ali raziskali tiste teme, ki so pomembne za njihove ideje, realizacijo le-teh in njihovo delo.

Potenciali turistične ponudbe v lokalnem okolju, dr. Jasna Fakin Bajec, ZRC SAZU

Oblikovanje zanimivih in atraktivnih zgod, organizacija izkustvenih delavnic, interaktivno in edinstveno vodenje po tematskih poteh, oživljanje starih prazničnih šeg in navad ter poustvarjanje okusov iz določenega zgodovinskega obdobja so novi trendi pri oblikovanju sodobnih turističnih programov, produktov oziroma doživetij. K temu sledijo tudi sodobni programi kulturnega in dediščinskega turizma, katerega cilj je na zanimiv, atraktiven in pristen način interpretirati, spoznavati ali ozaveščati širšo javnost o zgodovini in kulturi lokalnega območja. Na primeru poustvarjanja turističnih doživetij iz obdobja prazgodovine se bodo poslušalci seznanili z načini oblikovanja zgodb, delavnic in tematskih poti na način, da spoznanja iz lokalne zgodovine ne bodo zlorabljene v turistične namene, temveč na pristen način ozaveščale turiste in lokalne prebivalce o načinih življenja naših prednikov, ki so živeli v sožitju z naravo, uporabljali naravne vire (npr. kamen, divje rastline, zelišča, žita), razvijali tradicionalna obrtniška znanja (lončarstva, tkalstva, izdelovanja nakita) in se sprostili s razvojem duhovne kulture.

Trening 1, Jaka Kovač

Na uvodnem treningu se bomo med seboj bolje spoznali, podrobneje predstavili program in način dela tako na treningu (izkustveno učenje) kot na celotnem usposabljanju. Spoznali bomo tudi potencialne, ki jih prinaša raznolikost kultur in okolja, se naučili prepoznati svoj potencial in konkurenčne prednosti.

Trening 2, Jaka Kovač

Na drugem treningu bomo se poglobili v metodo viharjenja idej ali brainstorming in naredili analizo lokalnega okolja za prepoznavanje potreb, izzivov in priložnosti ter potencialov, ki jih to ima.

Trening 3, Jaka Kovač

Razvijali bomo ideje in se naučili, kako ideje konkretizirati in jih realizirati – v obliki dejavnosti, storitve, produkta ali projekta.

Delavnice in terenske vsebine, PiNA

Predstavitev manjšinskih in priseljenskih organizacij, podjetnikov, projektov, institucij.

Kulturni pomeni hrane, dr. Daša Ličen, ZRC SAZU

Kaj jemo oziroma kaj pravimo in mislimo, da jemo, pove veliko o tem kdo smo oziroma kdo mislimo, da smo. Po eni strani nas definira kot posameznike, na primer športnika, ki je zelo previden pri vnosu ogljikovih hidratov, po drugi strani pa kot skupnosti, na primer indijske priseljence v Londonu. V predavanju se bom posvetila predvsem prepletu hrane s kolektivnimi identitetami. Hrana se namreč kot živa ali nesnovna dediščina uvršča na formalne ali neformalne registre dediščine, tudi zato predstavlja enega izmed pomembnih elementov vzdrževanja kolektivne identitete in prispeva k občutkom družbene kontinuiranosti.

Slovenska kulinarika dediščina – glavne značilnosti in njena zaščita, dr. Maja Godina Golija, ZRC SAZU

Slovenija je kulinarika izredno bogata in raznolika dežela, ki jo označujejo velike regionalne razlike v tradicionalni prehrani. V osnovi ločimo štiri glavne prehranske regije ali tipe tradicionalne prehrane (alpski, mediteranski, osrednjeslovenski in panonski tip prehranjevanja), ki jih zaznamujejo značilni živilski izdelki in vsakdanje ter praznične jedi. Z večanjem zanimanja za tradicionalno hrano se večja tudi potreba za njeno zaščito. Danes je postala proizvodnja in prodaja lokalnih živil in tradicionalnih jedi pomembna osnova gospodarskega življenja evropskih regij. Poleg zaščite slovenskih živilskih izdelkov in jedi znotraj Evropske unije (zaščitena označba porekla, zaščitena geografska označba, zajamčena tradicionalna posebnost), je potrebno omeniti še vključevanje hrane v Register nesnovne kulturne dediščine Slovenije, ki se pripravlja pod okriljem Unesca in Ministrstva za kulturo. Po Unescovi Konvenciji o varovanju nesnovne kulturne dediščine je prehrana, priprava jedi in posameznih živilskih proizvodov, njeno uživanje ter vključevanje v rituale, šege ali družabne dogodke tisto področje nesnovne kulturne dediščine, ki vsebuje visoko stopnjo človekove ustvarjalnosti in znanja ter ima tudi velik pomen za življenje članov družin in skupnosti. Prav zaradi tega je področje prehrane danes vedno bolj razumljeno kot kulturna dediščina, ki ima tudi veliki gospodarski potencial.

Tradicionalni slovenski izdelki v sodobni turistični ponudbi, dr. Maja Godina Golija, ZRC SAZU

V zadnjih dveh desetletjih se je zanimanje za lokalne jedi in proizvode tudi v Sloveniji zelo povečalo. Hrana je postala pomemben del izpričevanja regionalne, etnične in socialne pripadnosti, proizvodnja in prodaja lokalnih živil in tradicionalnih jedi pa je pomembna osnova gospodarskega življenja in aktivnosti, npr. v turizmu in gostinstvu. Praznična in vsakdanja živila ter jedi so postali gastronomska in visoko cenjena posebnost slovenskih območij, označevalec lokalnih in regionalnih identitet ter pomembna sestavina dediščine prehrane. Bučno in oljčno olje, sira tolminc in mohant, pohorska bunka, prekmurska šunka in zgornjesavinjski želodec so le nekateri lokalni izdelki, ki so v sodobnosti prepoznavni del turistične ponudbe slovenskih regij, podobno kot nekatere lokalne jedi, npr. prekmurska in prleška gibanica, belokranjska pogača ali bovški krafi. Pripravljeni in postreženi na sodoben in privlačen način so tradicionalni živilski izdelki in jedi ne le popestritev, ampak celo pomemben nosilec turističnega razvoja, osnova za organizacijo turističnih prireditev in označevalec raznolikosti slovenskih pokrajin. V skladu s sodobnimi tendencami v turizmu so lahko ponujeni tudi kot privlačen in inovativen turističen spominek.

Istrska kulinarika, dr. Daša Ličen, ZRC SAZU

Kaj je istrska kulinarika je odvisno od tega, kaj smatramo za Istro, koga vprašamo in katero obdobje imamo v mislih. Pravega ali enostavnega odgovora pač ni. Pomembno pa je, da pri razmisleku o poreklu določenih surovin oziroma jedi upoštevamo tako naravne kot kulturne elemente, tako lastnosti samega fizičnega okolja kot tradicijo in večino lokalnega prebivalstva.

Kruh je več kot le pekarski izdelek: pomen kruha med domačo tradicijo, dr. Jasna Fakin Bajec, ZRC SAZU

Dr. Jasna Fakin Bajec Peka kruha vedno pričara toplino v domači kuhinji. Ni lepšega trenutka, ko omamno zadiši po toplem, ravnokar spečenem kruhu. Vonj po kruhu lahko pričara lepe in/ali težke spomine. Starejšim generacijam kruh predstavlja bogastvo, nebesa, zlato, svetinjo, saj so bili kruha večkrat lačni kot siti. Razmere so se nekoliko spremenile v šestdesetih letih 20. stoletja, ko so ljudje za priboljšek tudi obiskali pekarno in poleg štruca črnega ali belega kruha kupili drobne pekarske izdelke. Razvoj živilsko predelovalne industrije je omogočil ponudbo raznovrstnih kruhov, vendar močno spremenil odnos do osnovne živilske dobrine. Danes se ponovno soočamo z odpiranjem malih pekarn, ki jih vodijo tudi migranti iz različnih etničnih prostorov. Pa

jim omogočimo priložnosti, da ob kruhu spregovorijo o svojih tradicionalnih znanjih, pekarski dediščini in spominih, ki jih kruh odpira? Namen predavanja je spregovoriti o tem, kako s pomočjo kruha razmišljati o preteklosti, svobodi, bogastvu, revščini, blagostanju, veselju, ljubezni, varnosti, tradiciji ter medčloveških in medkulturnih odnosih.

Planinsko sirarstvo (Kulinarika na Goriškem), dr. Špela Ledinek Lozej, ZRC SAZU

Orisala bom podobnosti in razločke pretekle in sodobne sirarske proizvodnje v širšem julijskoalpskem zaledju na obeh straneh meje.

Hrana v vojni. Prehranjevanje avstrijskih vojakov na italijanski fronti (Kulinarika na Goriškem): dr. Rok Stergar, UL Filozofska fakulteta

Ustrezna prehranjenost vojakov je bila za vse armade ključnega pomena in hkrati izjemno velik izziv. V času prve svetovne vojne, ko so bili na fronte poslani milijoni, je bil ta pogosto nerešljiv. Pomanjkanje hrane je bilo rezultat premajhne proizvodnje, omejenega uvoza in tudi logističnih težav. V avstro-ogrski vojski se je pomanjkanje nakazovalo že od vsega začetka, ogromne razsežnosti pa je dobilo v letih 1917/18, ko so vojaki marsikje stradali. V takšnem položaju se je pokazala njihova samoiniciativnost, saj so se lotili iskanja in priprave hrane, pri čemer so marsikakšne omejitve in predsodki odpadli. Vojaki so pojedli tako rekoč vse, kar so dobili v roke, od psov in mačk, do mrhovine.

Toda vojaki in častniki so se s hrano ukvarjali tudi, ko za to ni bilo potrebe. Hrana ima namreč tudi druge pomene, ne samo prehranskega. Predstavljala je povezavo s civilnim življenjem, možnost kontrole nad lastno eksistenco, oziroma izraz individualnosti ... Za vojsko pa izziv niso bile samo velike potrebe, ampak tudi pričakovanja vojakov v večjezikovni, večkulturni in večreligijski vojski. Prehranjevalne navade, ki so jih vojaki in častniki prinesli iz civilnega okolja, so bile namreč izjemno različne, in vsaj delna prilagoditev je bila nujna, če je vojska želela ohraniti visoko motivacijo vojakov.

Hrana v luči družbenih procesov: med/več/transkulturnost, dr. Jernej Mlekuž, ZRC SAZU

Hrana je zelo posebna vrsta materialne kulture. Je namreč utelešena materialna kultura, narejena za neposredno uničenje. Uničenje skozi uživanje, vnos hrane v človeško telo. Zaradi tesne povezanosti s telesom ima ta specifična materialna kultura dodaten simbolični in emocionalni pomen v oblikovanju osebnosti in družbenosti. Je torej tudi materialna konstrukcija osebnosti in družbenosti in to ne le v figurativnem smislu. Glede na to, da sta hranjenje in pitje dejanji, ki se morata ponavljati vsakodnevno za biološko preživetje, imata zelo pomembno mesto med številnimi rutinskimi praksami, ki, kot nas opominja Pierre Bourdieu, služijo utrjevanju habitusa – skupka utelešenih dispozicij, ki strukturirajo naša dejanja in nezavedno umeščajo družbene vloge in kulturne kategorije, percepcije, identitete in razlikovanja. Kakšno vlogo igra torej hrana v procesih, okoljih in kontekstih medkulturnosti, večkulturnosti, transkulturnosti? Kratek odgovor je – kompleksno. Daljši odgovor pa bomo podali v referatu.

Burek: kulinarika in jugoslovanska identiteta, dr. Jernej Mlekuž, ZRC SAZU

Burek je bil bržkone eden od najbolj povezovalnih kulinarčnih elementov v socialistični Jugoslaviji. Status prišleka je imel le v Sloveniji (in delno na Hrvaškem), kjer pa je postal ne samo simbolno zelo nabita jed, bržkone najpriročnejši označevalec za migrante, nekdanjo skupno državo in z njo povezane fenomene, pa tudi za mastno in nezdravo prehrano, temveč tudi zelo popularna jed. Dandanes se razkazuje na slovenskih ulicah, krade prostor drugim globokozamrznjenim artiklom v zmrzovalnikih slovenskih (vele)trgovin, prebavlja se v slovenski vojski, uživa se v slovenskih šolah, zabava se na številnih tako formalnih kot neformalnih zabavah, prireditvah, vozi se v tovornjakih, ki tovorijo v Sloveniji narejeno blago na tuje trge, in še bi lahko naštevali. Kar pa spet ne pomeni, da so bureku povsod odprta vrata. Kaj šele na stežaj! In prav o tovrstnih težavah tega bržkone v Sloveniji najbolj znanega in vedno bolj asimiliranega priseljenca bomo spregovoril referat.

Kulinarika italijanske manjšine v Istri, dr. Nives Zudič Antonič, UP FHŠ

Kuhinja je eden od močnih elementov regije, hkrati pa je dobra priložnost, da dojamemo enega od bistvenih podatkov kulture, povezavo med posameznim ozemljem in izrazi kulture, identitete: njeno raznolikost, povezavo med posameznim ozemljem in izrazi materialne kulture. S preučevanjem sestavin, kjer se izdelek

rodi in razvija, pridejo na dan elementi in vidiki obrobne zgodovine, ki ni nič manj pomembna od tiste z velikim z in po kateri razumemo, kdo so bili in v resnici so prebivalci nekega ozemlja.

V svoji delavnici bom torej v »istrski hrani« skušala prepoznati razloge, ki pogosto niso samo kulinarični, temveč zgodovinski, verski, praznični ipd.

Kulinarika večkulturnega Trsta, dr. Daša Ličen, ZRC SAZU

Na konkretnem primeru Trsta pojasniti, kako se lahko trenutne identitetne, ekonomske in politične težnje lahko odražajo na polju kulinarike. V središču naše pozornosti bodo tiste surovine, jedi in pijače, ki danes veljajo za tipično tržaške in slonijo na nekdanji pripadnosti habsburškemu imperiju. V nedavno pričetem procesu preobrazbe Trsta iz »italijanskega« oziroma »slovenskega« v središče »kozmpolitskega« življenja, je tržaška kulinarika dobila močan nadnacionalen, celo imperialen značaj in okus. Na kratko orisala tržaško nostalgijo, ki se referira na slavno avstrijsko cesarsko preteklost in interpretira naravno identiteto Trsta kot vključujočo, tolerantno in raznoliko, in potem pokazala kako se odraža na polju gastronomije.

Okusi Kitajske-delavnica, Tjaša Vilotič, UP FHŠ

Pregovor »zajtrkuj kot kralj, kosi kot meščan, večerjaj kot berač« še kako velja tudi na Kitajskem, kjer so prehranjevalne navade tesno povezane z njihovo tradicionalno medicino. Z izborom in postrežbo jedi ter vedenjem za mizo pa spoznamo del njihove bogate kulture. Kulturne značilnosti in prehranjevalne navade nam lažje približajo pričakovanja kitajskih turistov, ki obiščejo naše kraje.

Trajnostna gastronomija in primeri modernih trendov, Tina Hedi Zakonjšek, Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace

Predstavili bomo moderne smernice uporabe lokalnih surovin in povezovanja lokalnih dobavnih verig, ki jih narekujejo načela trajnostnega turističnega razvoja. Slušatelji bodo dobili vpogled v sistem Zelene sheme Slovenskega turizma ter praktične napotke, kako se ji kot gostinski ponudniki lahko pridružijo in krepijo ugled Slovenije kot zelene in butične destinacije na vseh ravneh.

Doživetvena ekonomija in gostinstvo, mag. Miha Bratec in Manuel Časar, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Doživetvena ekonomija (angl. Experience Economy) postaja vodilna premisa razvoja in oblikovanja turističnih in vse bolj tudi gastronomskih produktov. Spoznali se bomo z njenimi temeljnimi načeli in primeri dobrih praks, ki ustvarjajo za goste vrhunsko doživetje, gostincu pa dvigujejo prepoznavnost in dodajajo vrednost ter tako pozitivno vplivajo na sposobnost zaračunavanja višjih cen storitev.

Trženje, digitalno trženje in nove tehnologije v gostinstvu, mag. Miha Bratec, Tadej Rogelja, mag., Jaka Godejša, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT) je že pričel krojiti trženje in operativno vodenje gostinskih lokalov. Te spremembe je trenutna epidemija še dodatno podkrepila. Moderne IKT rešitve za gostinske ponudnike so na pohodu in bodo v veliki meri spremenile poslovne modele v gostinstvu v fazi post-COVID okrevanja. Na primerih praks naprednih lokalov si bomo pogledali, kako se posamezne tehnologije lahko impelmentirajo in kako vplivajo na učinkovitost poslovanja gostinskega lokala.

Oblikovanje vizualnih oblik ponudbe, Denis Smerkolj, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Prodaja in pospeševanje prodaje v gostinstvu sta ključnega pomena in tu imajo ključno vlogo vizualne vsebine, ki gosta nagovarjajo in spodbujajo k potrošnji v lokaluh. Oblikovanje jedilnih listov sledi temeljnim psihološkim in ekonomskim smernicam, ki gostincu pomagajo uspešno "manipulirati" gosta. Temeljene zakonitosti oblikovanja vizualnih predstavitev ponudbe bomo spoznali na primerih dobrih praks.

Organizacija gostinskih dogodkov, Denis Smerkolj, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Gostinski dogodki pogosto predstavljajo najbolj profitabilen del gostinske dejavnosti in poznavanje njihovih specifik je temeljnega pomena za uspešen finančni izplen. Ključne oblike gostinskih dogodkov ter zakonitosti njihove izvedbe z operativnega ter finančnega vidika bomo prikazali skozi realne primere.

Pristopi v strežbi in ponudbi pijač, prezentacija jedi in odprtje lokala, Denis Smerkolj, Manuel Časar, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Zaključni modul je zasnovan kot "check-lista" aktivnosti, ki jih je potrebno izvesti pred odprtjem gostinskega lokala. Poznati je potrebno različne vrste strežbe ter izobraziti tisto, ki je v danem lokalu najbolj ustrezna. Oblikovati je potrebno ponudbo jedi in pijač. Izdelati je potrebno standarde prezentacije jedi ter izpolniti vse formalne kriterije, ki peljejo do odprtja lokala. Skozi primere dobrih in slabih praks bodo udeleženci spoznali ključne dejavnike uspešnega odpiranja gostinskega lokala.

Start-up vikend razvoja in inoviranja gastronomskih produktov po AIRTH startup metodologiji, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Startup vikend na temo trženja novih turističnih proizvodov bo zasnovan kot nadgradnja mentorskega dela na razvoju produktov tekom samega projekta. V njem bodo imeli udeleženci možnost razviti svoj trženjski načrt ter pridobiti feedback s strani številnih mentorjev, kako idejo čim bolje in s čim manj stroški učinkovito lansirati na trg.

EDIT model inoviranja po stičnih točkah v turizmu in gostinstvu, Tadej Rogelja, mag; Jaka Godejša, sTOUdio Turistica UP FTŠ

Gostitelj in turist prihajata do stikov na različnih točkah gostovega doživljajskega cikla in zaznana kakovost celotne storitve zavisi prav od teh interakcij. EDIT model uvaja logičen in strukturiran postopek po katerem lahko gost optimira in inovira vsako stično točko na način, da se čim bolj približa gostovim pričakovanjem in minimizira možnost kritičnih interakcij. Sledenje modelu omogoča konstantno inoviranje in razvoj ter nadgradnjo storitev, kar bomo predstavili in razdelali na praktičnih primerih.

Kulinarične in druge delavnice ter teresne vsebine, PiNA

Udeleženci se bodo na kulinaričnih delavnicah in demistracijah ter drugih delavniških vsebinah spoznali z različnimi kulinaričnimi tradicijami, tehnikami, dobrimi praksami in posameznicami ter posamezniki, dejavnimi na področju gastronomije in kulinarike.

Trening 1: Design thinking, Ajda Marič in David Banovič

Udeleženci bodo na lastnem primeru in s pomočjo design thinking metode razvijali svoje ideje, storitve, produkte itd. Design thinking ali dezajnersko oz. snovalsko razmišljanje je metoda, ki preko večfaznega procesa, ki se osredotoča na potrebe človeka in okolja. Uporabljali bomo različne metode pridobivanja informacij in poglobljene pogovore, iskali uvide in se pripravili na prototipiranje.

Trening 2: Prototipiranje idej, komunikacijski načrt in sporočila, Ajda Marič in David Banovič

Udeleženci se bodo naučili postopka oz. metode hitrega prototipiranja in testiranja oblikovanih idej, storitev, produktov, itd. Nato se bodo seznanili s pripravo komunikacijskega načrta in v njej tudi preizkusili.

Trening 3: Komunikacija prednosti in spletna prezenca, Ajda Marič in David Banovič

Na tretjem treningu bodo udeleženci podrobneje spoznali in se naučili, kako oblikovati komunikacijska sporočila ter uporabo različnih komunikacijskih kanalov (IG, FB, splet ipd.). Spoznali bodo pomen in ključne zakonitosti spletne prezenca ter naslavljanja svojih potencialnih strank.

3. SKLOP: KULTURNI MANAGEMENT

Kulturni management je usposabljanje, na katerem udeleženci skozi praktični prikaz spoznajo strukturo projektnega načrtovanja in vzporedno skozi teorijo praktično razvijajo svoje ideje. Spoznali bodo vse od konteksta načrtovanja strukture, pravne in davčne zakonodaje na področju projektov, razvoja ideje in metod, kako jih razvijati. Dotaknili se bodo tudi področja komuniciranja in spoznali, kako načrtovati uspešno

komunikacijsko strategijo. Seznanili se bodo z različnimi možnostmi financiranja projektov. Cilj sklopa Kulturni management je, da udeleženci pripravijo akcijski načrt za prijavo na razpis ali izpeljavo svojih idej.

Uvod v modul Kulturni management in spoznavanje udeležencev, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci dobijo osnovne informacije o modulu Kulturni management in se med seboj spoznajo.

Pomen kulturnega pluralizma v družbi, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci ozaveščajo različne poglede in priložnosti, ki jih kulturni pluralizem ponuja na presečišču med medkulturnostjo, turizmom in gastronomijo.

Štiri faze projektnega managementa, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci skozi praktični prikaz spoznajo strukturo in štiri faze projektnega načrtovanja, izvedbe in spremljanja projekta.

Vodenje tima in timsko delo, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci raziskujejo, kaj pomeni dober vodja, kateri so pomembni vidiki skupinske dinamike in kako kot vodja ustvariti ustrezno delovno okolje za zaposlene.

Viharjenje možganov, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci se seznanijo z metodo »brainstorming« ali »viharjenje možganov«, s pomočjo katere generirajo projektne ideje na podlagi prepoznanih izzivov.

Praktično delo na idejah, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci vzporedno skozi teorijo praktično razvijajo lastne projektne ideje.

Pravni okviri in davčna zakonodaja, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci dobijo vpogled v pravne in davčne zakonitosti, ki se nanašajo na njihove lastne projektne ideje.

Pridobivanje sredstev, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci se seznanijo z različnimi možnostmi financiranja projektne ideje ter pripravijo predlog lastne ideje za koriščenje identificirane možnosti.

Predstavitev dobrih praks, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Predstavitev konkretnih primerov in primerov dobrih praks, na podlagi izkušenj in inovativnih pristopov.

Komunikacijska strategija, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci pripravijo strategijo komuniciranja za širšo javnost, s poudarkom na posamezni ciljni skupini in uporabo novih medijev.

Izdelava akcijskega načrta za izpeljavo svojih idej, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci razvijejo časovni načrt ali akcijsko tabelo, kjer imajo zbrane vse glavne informacije o aktivnostih, ki so ključne za izvedbo in spremljanje projektne ideje.

Kako uspešno predstaviti svojo podjetniško idejo, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Udeleženci z metodo »pičanja« pripravijo in izvedejo kratko predstavitev lastne podjetniške/projektne ideje, ki jo prilagodijo svojemu stilu ter poudarijo informacije, ki so pomembne glede na naravo projektne ideje ter glede na vrsto potencialnega poslovnega partnerja, ki ga naslavljajo.

Evalvacija usposabljanja, Marko Pavlovič in Aljaž Zupan

Skupna evalvacija uspešnosti usposabljanja.

4. SKLOP: IZOBRAŽEVANJE NA DELU

10 udeleženk in udeležencev usposabljanja bo dobilo priložnost sodelovati pri 80-urnem izobraževanju na delu v organizacijah in podjetjih. Pridobili boste praktična znanja in izkušnje. Usposobljeni boste za učinkovito delovanje na področju kulture, kulturnega in gastronomskega turizma in kulinarike in si zagotovili trajno pridobitev znanj za učinkovit nastop na trgu dela.

Projekt Okusi medkulturnosti sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada. Izvaja se v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014 – 2020, prednostne naložbe: 9.1 Aktivno vključevanje, vključno s spodbujanjem enakih možnosti in dejavnega sodelovanja ter izboljšanje zaposljivosti, specifičnega cilja: 9.1.3 Preprečevanje zdrs v revščino oziroma socialno izključenost in zmanjševanje neenakosti v zdravju.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KULTURO



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST