



EUheritage Manual de utilizare

Contract nr.:	Număr proiect: 601073-EPP-1-2018-1-IT EPPKA2-SSA
Acronimul proiectului:	EUHERIT
Pachetul de lucru nr:	4.
Denumirea livrabilului:	Manualul utilizatorului
Livrabil nr:	4.4
Nivelul de distribuție:: Nr:	Confidențial
Luna contractuală de depunere (a primei versiuni):: Luna de depunere a proiectului:	M23 [versiune Finală]
Luna reală de depunere (a primei versiuni):	M14 [Versiune preliminară].
Data prezentării acestei versiuni:	
Versiunea nr:	
Numărul de pagini:	Fondazione Fitzcarraldo
Partenerul de proiect responsabil:	Emanuela Gasca, Alberto Gulli, Elettra Zuliani (Fondazione Fitzcarraldo), Concha Maza, Ana B. Santos (La Cultora), Noel Buttigieg, Marie Avellino, Karsten Xuereb (University of Malta), Lorenz Potthast (M2C), Isabel Verdet (ENCACT), Raluca Capota (NIRCT), Emmanuele Curti, Paolo Montemurro, Raffaele Vitulli (Matera Hub), Panagiota Polymeropoulou (Hellenic Open University)

1. Structura programului european de formare

Modul 1	Patrimoniul cultural și turismul experiențial pentru dezvoltarea locală <i>Curator de conținut: Fundația Fitzcarraldo</i>
UNITATEA 1.1	Cadrul patrimoniului cultural
S.U. 1.1.1	Patrimoniul cultural: principalele dimensiuni și posibile interpretări
S.U. 1.1.2	Cadrul recent
S.U. 1.1.3	Rolul culturii în obiectivele de dezvoltare durabilă (ODD)
UNITATEA 1.2	De la turismul cultural la turismul experiențial
S.U. 1.2.1	Turismul cultural, tendințe și elemente principale
S.U. 1.2.2	Noua paradigmă a turismului experiențial: „Ciclul experienței”
S.U. 1.2.3	Turismul experiențial: noi produse și experiențe pentru beneficiari
UNITATEA 1.3	Noi dimensiuni ale patrimoniului cultural și turismului în scenariile recente
S.U. 1.3.1	Turismul experiențial și noi dimensiuni ale turismului post-COVID
S.U. 1.3.2	Studii de caz și noi frontiere ale turismului pentru bunăstarea comunităților
S.U. 1.3.3	Rolul comunităților temporare în noile scenarii
UNITATEA 1.4	Părțile interesate și dezvoltarea locală
S.U. 1.4.1	Rolul părților interesate în dezvoltarea locală
S.U. 1.4.2	Planul de management al părților interesate
S.U. 1.4.3	Rolul părților interesate în dezvoltarea experienței: exemple de bune practici

Modul 2	Proiectarea unei experiențe inovatoare pentru vizitatori <i>Curator de conținut: Universitatea din Malta</i>
UNITATEA 2.1	Bazele dezvoltării proiectelor
S.U. 2.1.1	Inițiative de planificare strategică: misiunea, viziunea și obiectivele organizației
S.U. 2.1.2	Elaborarea proiectelor culturale: domeniu de aplicare și succesiune
S.U. 2.1.3	Managementul proiectelor culturale
UNITATEA 2.2	Planul de dezvoltare a audienței
S.U. 2.2.1	Dezvoltarea audienței - o introducere
S.U. 2.2.2	Misiunea, viziunea și ambițiile publicului, pentru a crea experiențe semnificative și captivante
S.U. 2.2.3	Obiective, acțiuni și revizuirea proiectării experiențelor vizitatorilor
UNITATEA 2.3	Segmentarea audienței
S.U. 2.3.1	Segmente de audiență și profiluri
S.U. 2.3.2	Date primare pentru proiecte culturale și turistice
S.U. 2.3.3	Date secundare pentru proiecte culturale și turistice
UNITATEA 2.4	Implicarea publicului

S.U. 2.4.1	Implicare publicului existent în siturile de patrimoniu cultural
S.U. 2.4.2	Implicarea unor noi categorii de public în siturile de patrimoniu cultural
S.U. 2.4.3	Instrumente de dezvoltare a publicului pentru a atrage vizitatorii și pentru a le îmbunătăți experiența

Modul 3	Strategii și instrumente digitale pentru patrimoniul cultural <i>Curator de conținut: M2C (cu ENCATC și INCFC)</i>
UNITATEA 3.1	Înțelegerea potențialului datelor digitale în contextul patrimoniului cultural
S.U. 3.1.1	Înțelegerea mediului digital
S.U. 3.1.2	Recunoașterea, evaluarea și formarea competențelor digitale în cadrul organizației
S.U. 3.1.3	Schimbul digital cu vizitatorii
UNITATEA 3.2	Noi strategii și instrumente digitale pentru siturile de patrimoniu cultural, bazate pe experiență
S.U. 3.2.1	Tendențe recente și viitoare în domeniul digital
S.U. 3.2.2	Bune practici și studii de caz
S.U. 3.2.3	Dezvoltarea strategiilor digitale
UNITATEA 3.3	Marketing și comunicare digitală pentru patrimoniul cultural
S.U. 3.3.1	Strategii de marketing digital
S.U. 3.3.2	Blogging și utilizarea rețelelor sociale în scenariile digitale ale experienței
S.U. 3.3.3	Implicarea utilizatorilor și povestirea (storytelling)
UNITATEA 3.4	Proiectarea experiențelor digitale online și la fața locului, pentru vizitatori
S.U. 3.4.1	Experiența digitală în ciclul experienței
S.U. 3.4.2	Proiectarea experienței digitale: procese și etape pentru inițiative online și la fața locului
S.U. 3.4.3	Implementarea experienței digitale și abordări pentru evaluare

Modul 4	Abordare antreprenorială a patrimoniului cultural <i>Curator de conținut: Matera Hub și Hellenic Open University</i>
UNITATEA 4.1	Competențele antreprenoriale ca elemente cheie pentru un nou tip de management al patrimoniului cultural
S.U. 4.1.1	Consolidarea competențelor antreprenoriale în cadrul EntreComp
S.U. 4.1.2	Recunoașterea, evaluarea și formarea competențelor antreprenoriale cu EntreComp
S.U. 4.1.3	Rolul politicilor publice în dezvoltarea potențialului antreprenorial și de inovare al sectoarelor culturale și creative
UNITATEA 4.2	Antreprenoriatul cultural - Ce este?
S.U. 4.2.1	Competențe esențiale pentru antreprenorul cultural
S.U. 4.2.2	Model teoretic: Cum își dezvoltă antreprenorii competențele sociale și culturale

S.U. 4.2.3	Ecosistemul antreprenorial al industriilor culturale și creative
UNITATEA 4.3	Managementul financiar al patrimoniului cultural și al sectorului turistic
S.U. 4.3.1	Analiza contextului financiar și definirea unui plan financiar sustenabil în managementul cultural și turistic
S.U. 4.3.2	Implementarea unei strategii de atragere de fonduri în sectorul patrimoniului cultural și al turismului
S.U. 4.3.3	Diferite modele financiare și structuri organizaționale pentru patrimoniul cultural și turism
UNITATEA 4.4	Strategii antreprenoriale pentru un management inovator al patrimoniului cultural și al turismului
S.U. 4.4.1	Noi modele de afaceri sustenabile pentru experiențe valoroase în sectorul patrimoniului cultural și al turismului
S.U. 4.4.2	Metodologia "lean management" în domeniul patrimoniului cultural și al turismului
S.U. 4.4.3	O nouă abordare holistică în managementul patrimoniului cultural și al turismului

Modul 5	Sustenabilitate, măsurarea impactului și evaluarea proiectelor <i>Curator de conținut:: la Cultuora</i>
UNITATEA 5.1	Concepte privind sustenabilitatea și măsurarea impactului
S.U. 5.1.1	Dezbateră privind sustenabilitatea în cultură ca viziune strategică
S.U. 5.1.2	De ce contează cuantificarea: pași dincolo de monitorizare și evaluare
S.U. 5.1.3	Valoare socială și glosar de concepte
UNITATEA 5.2	Abordări ale cuantificării în cultură și turism
S.U. 5.2.1	Abordări multidimensionale și pluri-valoare
S.U. 5.2.2	Provocări și oportunități pentru măsurarea culturii
S.U. 5.2.3	Proiectarea unui proces de planificare a unui proiect de evaluare
UNITATEA 5.3	Cum se face: proiect de măsurare a impactului experienței
S.U. 5.3.1	Ciclul de măsurare a impactului
S.U. 5.3.2	Ce tip de date este important să se măsoare/cuantifice: produs, rezultat sau impact
S.U. 5.3.3	Gestionarea impactului și evaluarea: construirea unui model adaptat
UNITATEA 5.4	Abordări și metodologii: măsurarea sustenabilității și a impactului social în organizațiile culturale
S.U. 5.4.1	Măsurarea sustenabilității: alinierea la ODD-uri
S.U. 5.4.2	Logica de intervenție și indicatori SMART
S.U. 5.4.3	Metodologii de monitorizare și evaluare

1. Modulele

MODULUL 1 | Patrimoniul cultural și turismul experiențial pentru dezvoltarea locală

Descrierea modului

Modulul 1 își propune să ofere un cadru teoretic privitor la semnificațiile și legăturile existente între patrimoniul cultural și turismul experiențial. Prin analiza referințelor academice și instituționale, a tendințelor și a studiilor de caz, modulul 1 analizează aceste subiecte importante, dar și aspecte transversale legate de acestea, cum ar fi, de exemplu, managementul părților interesate.

Obiectivul final este acela de a oferi practicienilor capacitatea de a identifica, discuta și elabora principalele dimensiuni și relații dintre patrimoniul cultural și "turismul experiențial" în ceea ce privește sustenabilitatea, implicarea comunității, implicarea părților interesate și dezvoltarea locală.

O parte a modului abordează, de asemenea, principalele noi scenarii care apar în urma pandemiei COVID-19.

O altă parte a acestui modul este dedicată studiilor de caz privind noile traiectorii ale patrimoniului cultural și ale turismului experiențial, cum ar fi apariția unor noi produse (turismul accesibil, turismul enogastronomic) și abordări interesante ale guvernării, care pun în prim-plan rolul artelor în îmbunătățirea sănătății și a bunăstării.

Strategia educațională

- Prezentări video, inclusiv prelegeri și interviuri
- Conținut bazat pe text, inclusiv studii de caz, bune practici și exemple concrete
- O colecție de resurse educaționale deschise: rapoarte, studii de cercetare, articole, documente de politici și alte materiale pentru autoinstruire
- Bibliografie și webografie referitoare la sursele de referințe primare și secundare
- Autoevaluare prin intermediul unor chestionare

UNITATEA 1.1 | CADRUL PATRIMONIULUI CULTURAL

Descriere

Scopul unității este acela de a oferi participanților câteva definiții și abordări privind patrimoniul cultural și relația acestuia cu comunitățile teritoriale și culturale. Pornind de la definițiile și tipologiile patrimoniului cultural (oferite de contexte instituționale și instituții științifice), unitatea se axează pe abordările propuse recent la nivel european și internațional (de exemplu, de către Strategia europeană a patrimoniului cultural St21 pentru secolul 21, Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă, Indicatorii pentru Cultură 2030, recomandările formulate în contextul

Anului european al patrimoniului cultural, ODD etc.). Intenția este aceea de a propune o abordare care să depășească simpla conservare și salvagardare a monumentelor și să se îndrepte către un proces mai incluziv, care investighează acele componente de bază ale patrimoniului cultural ce implică cetățenii, comunitățile, operatorii și vizitatorii.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil:

- **RÎ1** Să cunoască semnificația patrimoniului cultural în diferitele sale dimensiuni
- **RÎ2** Să colecteze și să analizeze abordări interdisciplinare și studii de caz privind patrimoniul cultural
- **RÎ3** Să interpreteze principalele caracteristici ale patrimoniului cultural ținând cont de tipologia acestuia
- **RÎ4** Să recunoască asemănările și diferențele dintre diferitele definiții și interpretări ale patrimoniului cultural
- **RÎ5** Să colecteze și să elaboreze discursuri care evidențiază inițiative publice și private ce utilizează patrimoniul cultural ca loc de reflecție, schimb și creație.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 1.1.1 – Patrimoniul cultural: dimensiuni principale și interpretări posibile

Această subunitate abordează principalele dimensiuni ale patrimoniului cultural. Pornind de la definițiile internaționale (de exemplu, de la UNESCO, ICOM și ICOMOS) și trecând prin reflecțiile inovatoare propuse de Convenția de la Faro - inovatoare atât în ceea ce privește concepția, cât și modalitatea de protecție, salvagardare și punere în valoare a patrimoniului cultural - această subunitate își propune să identifice principalele aspecte ale patrimoniului cultural luând în considerare elementele materiale și imateriale.

Unitatea vizează identificarea principalele elemente care caracterizează patrimoniul cultural din perspectiva tipologiei, valorilor și relației cu comunitățile culturale și teritoriale.

S.U. 1.1.2 – Cadrul recent

Această subunitate propune o trecere în revistă a celor mai importante și recente rapoarte, documente și recomandări în domeniul patrimoniului cultural. De la *Noua agendă europeană pentru cultură*, la *Anul european al patrimoniului cultural* și de la *Strategia europeană a patrimoniului cultural St21* la inițiativa "*Capitala europeană a culturii*", subunitatea continuă reflecțiile din subunitatea 1, identificând posibilele dimensiuni legate de patrimoniul cultural în relația cu comunitățile, participarea socială, guvernanta și dezvoltarea locală.

S.U. 1.1.3 – Rolul culturii în ODD-uri

În septembrie 2015, Adunarea Generală a Organizației Națiunilor Unite a adoptat "Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă", cu șaptesprezece obiective ambițioase și universale, axate pe educație de calitate, orașe durabile, respectarea mediului, creștere economică, consum durabil, societăți pașnice și favorabile incluziunii, egalitate de gen și securitate alimentară.

Cultura are un rol crucial în cadrul ODD: toate aceste obiective pot fi considerate într-un fel relevante pentru cultură, fie direct (cultura ca motor al dezvoltării durabile), fie indirect (cultura ca mijloc de facilitare), după cum se susține în câteva publicații publicate de la adoptarea ODD. În același timp, drepturile culturale, patrimoniul, diversitatea și creativitatea sunt componente esențiale ale dezvoltării umane și durabile. În legătură cu acest subiect, subunitatea se concentrează în special asupra ODD nr. 4, 8, 11 și 13.

De asemenea, vor fi luați în considerare indicatorii Cultura 2030 elaborați de UNESCO.

UNIT 1.2 | DE LA TURISMUL CULTURAL LA TURISMUL EXPERIENȚIAL

Descriere

Deoarece deplasarea persoanelor care se îndepărtează de locul lor obișnuit de reședință pentru a vizita atracțiile culturale este determinată din ce în ce mai mult de dorința de a aduna noi informații și experiențe pentru a-și satisface nevoile culturale, turismul cultural este strâns legat de posibilitatea de a " trăi o experiență ". Această experiență nu începe pur și simplu atunci când vizitatorii ajung la destinații, ci începe înainte de sosire și se încheie cu amintirile și reflecțiile din faza ulterioară vizitei și cu planurile pentru vizite viitoare. Unitatea introduce relația dintre patrimoniul cultural și turism, descriind evoluția fenomenului turistic către conceptul de experiență. Combinând teoriile economiei experienței cu abordările recente legate de "designul turismului experiențial", unitatea oferă o imagine de ansamblu asupra tendințelor recente, a abordărilor științifice și a reflecțiilor privind evoluția de la turismul cultural la turismul experiențial.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil:

- **RÎ1** Să cunoască principalele elemente de analiză și interpretare a fenomenelor turistice care au legătură cu patrimoniul cultural
- **RÎ2** Să cunoască și să își reamintească cadrul de definiții/interpretări/tendințe ale turismului cultural, analizând date științifice relevante și surse secundare
- **RÎ3** Să interpreteze fenomenul turistic ca pe o experiență teritorială care îmbină nevoile vizitatorilor și valorile destinației
- **RÎ4** Să recunoască și să interpreteze în mod argumentat un proces de management turistic și să pună în valoare patrimoniul cultural al acestuia

- **RÎ5** Dezbătă pe marginea diferitelor produse turistice, identificând cele mai importante tendințe și valori
- **RÎ6** Să cunoască și să cumuleze diferite abordări utile pentru organiza activități turistice care încorporează patrimoniul cultural și know-how-ul local
- **RÎ7** Să dezvolte experiențe de patrimoniu care combină diferite forme de expresie culturală (dans, muzică, abilități tradiționale sau noi, gastronomie etc.) și care fac apel la diferite laturi ale naturii umane (simțuri, sentimente, cunoștințe).

SUB-UNITĂȚI

S.U. 1.2.1 – Turismul cultural, tendințe și elemente principale

Această primă subunitate își propune să introducă subiectul turismului, pornind de la o scurtă trecere în revistă a principalelor definiții până la identificarea principalelor aspecte ale turismului cultural, în principalele sale dimensiuni și tendințe.

De asemenea, vor fi abordate componentele managementului turistic în legătură cu procesul de alegere a destinației.

O ultimă parte va fi dedicată studiilor de caz folosite ca exemple de turism cultural în destinații aparținând patrimoniul național.

Pe parcursul acestei subunități, se va pune accentul și pe datele și sursele secundare în sprijinul analizei și interpretării fenomenului (turistic).

S.U. 1.2.2 – Noua paradigmă a turismului experiențial: Ciclul experienței

Aprofundând subiectul abordat în subunitatea anterioară, această parte se va concentra asupra tranziției de la conceptul tradițional de turism cultural la cel recent, care propune o posibilă interpretare legată de așa-numitul "turism experiențial".

Pornind de la interpretarea dată de economia experienței, această subunitate analizează principalele dimensiuni ale turismului experiențial, legate de cererea și oferta unui sistem turistic, ajungând la recenta abordare a "ciclului experienței".

S.U. 1.2.3 – Turismul experiențial : produse și experiențe noi pentru beneficiari

Turismul experiențial consolidează dezbateră, pe de o parte, asupra noului comportament al vizitatorilor în ceea ce privește călătoriile și posibilitatea de a " trăi " o destinație și, pe de altă parte, accentuează legăturile dintre destinațiile teritoriale și produsele turistice care ar putea interacționa pentru dezvoltarea procesului de turism experiențial. Subunitatea propune câteva discuții cu experți care lucrează pe aceste teme, cum ar fi, de exemplu, eno-gastronomia, turismul accesibil și turismul lent.

UNIT 1.3 | NOI DIMENSIUNI ALE PATRIMONIULUI CULTURAL ȘI TURISMULUI ÎN SCENARIILE RECENTE

Descriere

Având în vedere experiența izolării din acest moment și evoluția pandemiei COVID-19 în lume, se poate presupune că posibilitatea revenirii la normalitate (indiferent în ce mod și în ce măsură se va întâmpla acest lucru) va fi de lungă durată.

În acest context, sunt necesare noi paradigme de interpretare a fenomenului cultural și turistic, pentru a regândi produsele, cererea, oferta și politicile de relansare a destinațiilor și siturilor.

În special, efectul combinat al măsurilor de siguranță și al reglementărilor sanitare în turismul experiențial dă naștere la o explozie de experiențe locale specifice, foarte diferențiate din punct de vedere al înclinațiilor, originilor, culturilor și sezonality. Acest lucru implică o revoluție în modelul de afaceri atât în ceea ce privește lanțul valoric al ofertei, cât și în procesele care guvernează cererea turistică.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil:

- **RÎ1** Să cunoască principalele elemente de analiză și interpretare a fenomenului turistic care abordează scenarii post-COVID
- **RÎ2** Să își reamintească cadrul principalelor tendințe analizând date științifice, date oficiale și surse secundare
- **RÎ3** Să interpreteze noile paradigme ale patrimoniului cultural și turismului în perioada post-COVID
- **RÎ4** Să recunoască și interpreteze studii de caz, identificând posibile abordări, metodologii și instrumente care pot fi aplicate și în alte contexte
- **RÎ5** Să poarte discuții pe marginea diferitelor dimensiuni ale scenariilor COVID.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 1.3.1 – Turismul experiențial și noile dimensiuni ale turismului post-COVID

Această subunitate se va concentra asupra principalelor fenomene care au apărut în urma pandemiei COVID-19 în sectorul turismului: de la "vacanța de ședere" la "subturism", de la dimensiunea de proximitate la turismul de valoare, această subunitate sugerează câteva posibile reflecții asupra acestei noi realități, împreună cu date și informații statistice care se referă la tendințele și noile scenarii din turism.

În această subunitate, este evidențiat și studiat rolul turismului în stimularea participării comunității, în punerea în prim plan a experienței vizitatorilor și în experimentarea utilizării instrumentelor digitale pentru a depăși limitările impuse de pandemia COVID-19.

S.U. 1.3.2 – Studii de caz și noi frontiere ale patrimoniului cultural și ale turismului pentru bunăstarea comunităților

După cum subliniază "Acțiunea comună pentru o mai bună sănătate în Europa" (OMS, 2020), este important să se elaboreze linii directoare pentru a spori gradul de pregătire a sistemelor de sănătate pentru a răspunde pandemiei COVID-19, precum și oricăror alte urgențe sanitare, în cadrul unei abordări universaliste a îngrijirii. În acest context, este esențial să reflectăm, să declanșăm și să dezvoltăm o "inteligentă strategică" pentru a promova bunăstarea și sănătatea și pentru a combate inegalitățile nu numai în propriile noastre comunități, ci și în contexte teritoriale și culturale care vizează primirea cetățenilor „temporari”.

În acest cadru, subunitatea reflectă asupra relației dintre patrimoniul cultural, turism și bunăstare sub aspectul potențialelor contexte în care se pot experimenta noi procese, formate și modele în care bunăstarea și calitatea vieții cetățenilor și a vizitatorilor sunt luate în considerare, vizând o responsabilizare a operatorilor și a comunităților, inclusiv în contexte de fragilitate.

S.U 1.3.3 – Rolul comunităților temporare în noile scenarii

Această subunitate se concentrează pe conceptul de "cetățeni temporari" ca abordare a relației dintre comunitate și vizitatori: o modalitate de a se simți co-constructorii unei noi idei de comunitate în care accentul nu mai este pus pe loc, ci pe oamenii care dau viață locului însuși. Subunitatea propune un nou mod de a privi fenomenul turismului (adesea perceput ca un element din ce în ce mai invaziv și gentrificator) ca parametru al unei noi socialități, dezvoltată pe baza capacității de a conviețui mai dinamic, cu migrațiile continue la care ne împinge viața.

UNIT 1.4 | PĂRȚILE INTERESATE ȘI DEZVOLTAREA LOCALĂ

Descriere

Proiectele strategice în domeniul culturii și turismului au nevoie din ce în ce mai mult de abordări transversale, orizontale, cu capacitatea de a implica diferite sectoare, precum și de procese verticale pentru a colabora cu toate nivelurile organizației. În acest context, recunoașterea unei valori importante pentru patrimoniul cultural ca forță motrice pentru dezvoltare înseamnă să se acționeze asupra propensiunii comunităților culturale, organizațiilor, destinațiilor și siturilor, pentru a "crea un sistem" la nivel teritorial, care să îmbine diferitele părți interesate de la nivel local. Subunitatea propune câteva abordări, metodologii și instrumente de

implicare a comunităților/organizațiilor/destinațiilor/siturilor turistice și culturale, cu un accent special pe planul de management strategic.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil:

- **RÎ1** Cunoască și să utilizeze abordările, metodologiile și procedurile posibile pentru a îmbunătăți colaborarea între destinații și părțile interesate
- **RÎ2** Utilizeze abordări, metodologii și proceduri pentru a îmbunătăți relațiile dintre cetățeni și părțile interesate
- **RÎ3** Identifice și să gestioneze părțile interesate prin adoptarea unei abordări structurate și prin utilizarea unor modele de proiect simple
- **RÎ4** Elaboreze strategii de gestionare a părților interesate
- **RÎ5** Interpreteze nevoilor variate ale părților interesate și să descrie modul în care acestea influențează un proiect precum și descrierea intereselor divergente ale diverselor părți interesate și a priorităților lor concurente
- **RÎ6** Analizeze, cartografieze și dezvolte procese împreună cu părțile interesate și cu comunitățile.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 1.4.1 – Rolul părților interesate în dezvoltarea locală

Subunitatea se concentrează asupra rolului părților interesate în procesele de dezvoltare locală de jos în sus sau de sus în jos, concentrându-se pe câteva exemple.

S.U. 1.4.2 – Planul de management al părților interesate

Subunitatea propune câteva abordări, metodologii și instrumente privind implicarea turismului și a comunităților, organizațiilor, destinațiilor și siturilor culturale, atât din perspectiva relaționării între propriile departamente, cât și cu alți actori din zonă. Această subunitate se concentrează, de asemenea, asupra diferitelor tipuri de entități și instituții publice și private care contribuie la crearea unui sistem teritorial axat pe turism și patrimoniu cultural. Subunitatea prezintă câteva instrumente de management a părților interesate (stakeholderi), cum ar fi analiza părților interesate, înțelegerea tipurilor de comportament ale părților interesate, identificarea nevoilor părților interesate, obținerea acordului părților interesate și gestionarea continuă a părților interesate.

S.U. 1.4.3 – Rolul părților interesate în dezvoltarea experienței: exemple de bune practici

Această subunitate prezintă diferite abordări inovatoare și studii de caz în care părțile interesate participă la dezvoltarea unei destinații și a unui produs turistic, prin crearea de rețele, dezvoltarea de acțiuni concrete și punerea în aplicare a unor noi abordări de guvernanță care implică diferite tipuri de actori, cum ar fi, de exemplu, organizațiile de management al destinațiilor (DMO), instituțiile publice și private și asociațiile culturale.

MODULUL 2 | Proiectarea unei experiențe inovatoare pentru vizitatori

Descrierea modului

Acest modul își propune să ofere participanților oportunitatea de a explora fundamentele necesare înțelegerii experienței vizitatorilor dintr-o perspectivă managerială. Participanții vor fi capabili să înțeleagă elementele care definesc comportamentul vizitatorilor într-un spațiu cultural. Această perspectivă permite practicienilor să înțeleagă aspecte importante legate de managementul proiectelor culturale și turistice. Unitatea de studiu oferă posibilitatea de a explora cadrul pentru identificarea unei direcții strategice și a obiectivelor pe termen scurt și lung în vederea unei proiectări eficiente a unei experiențe de succes pentru vizitatori. Strategia susține acele proiecte necesare pentru ca o destinație turistică să își inoveze produsele (turistice). Necesitatea de a înțelege modul de realizare a unui proiect este imperativă atunci când se proiectează experiențe de vizitare unice, aparte. Proiectarea depinde în mod direct de o înțelegere aprofundată a publicului, a dorințelor, așteptărilor, nevoilor etc. acestuia. Identificarea acelor instrumente disponibile pentru managerii patrimoniului cultural și aplicarea lor eficientă fac parte integrantă din acest parcurs. O analiză a obiceiurilor, comportamentelor, așteptărilor și dorințelor vizitatorilor fundamentează procesul de luare a unor decizii conștiente și ne permite să empatizăm cu vizitatorul, pentru a găsi modalități adecvate de conectare și implicare a acestuia.

Strategia educațională

- Prezentări video, inclusiv prelegeri și interviuri
- Conținuturi bazate pe text, inclusiv studii de caz, bune practici și exemple din lumea reală
- O colecție de resurse educaționale libere: rapoarte, studii de cercetare, articole, documente de politici și alte materiale pentru studiu individual
- Bibliografie și webografie referitoare la sursele de referințe primare și secundare
- Autoevaluare prin intermediul unor chestionare

UNIT 2.1 | BAZELE DEZVOLTĂRII PROIECTELOR

Descriere

Această unitate se concentrează pe cunoștințele și abilitățile de bază necesare elaborării unui proiect. Participanții vor începe prin a înțelege natura unui plan strategic și modul în care acest tip de informație contribuie, în strânsă legătură cu misiunea, viziunea și valorile destinației, la elaborarea unor proiecte care urmăresc inovarea. Participanții vor explora ciclul de viață al proiectului și vor învăța cum să construiască un proiect de succes, de la pre-implementare

până la finalizare. Cu cât diferitele dinamici care se manifestă în timpul proiectelor sunt mai bine înțelese, cu atât managerul de proiect este mai bine pregătit să abordeze provocările și să corecteze situațiile practice. Acest lucru implică o înțelegere profundă a importanței experienței centrate pe vizitator, în care realizările sunt prioritare față de simplele rezultate. În acest context, participanții vor fi ajutați să înțeleagă modul în care gestionarea relațiilor cu vizitatorii fundamentează strategia, îi ajută pe membrii unei organizații să înțeleagă obiectivele comune, susține viziunea și misiunea și permite investiții și, prin urmare, deschide perspectiva pentru proiecte care facilitează proiectarea unor experiențe inovatoare.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Explice situația actuală a unei instituții de patrimoniu cultural
- **RÎ2** Descrie etapele necesare implementării unui plan strategic
- **RÎ3** Evalueze un plan pentru a constata progresele înregistrate
- **RÎ4** Identifice coerența necesară între viziunea, misiunea și valorile instituției
- **RÎ5** Creeze un plan prin care să se atingă obiectivele pe termen lung și scurt
- **RÎ6** Evalueze un plan în vederea facilitării atingerii obiectivelor specifice
- **RÎ7** Aplice cadrul general acceptat și bunele practici de management de proiect
- **RÎ8** Aplice procesele de management de proiect pentru a iniția, planifica, executa, monitoriza, controla și încheie proiecte și pentru a coordona toate elementele proiectului
- **RÎ9** Evalueze eficient proiectul, inclusiv sub aspectul obiectivului general, a timpului, a costurilor și a calității
- **RÎ10** Aplice procesele necesare pentru a gestiona achizițiile presupus de proiect, inclusiv achiziționarea de bunuri și servicii în afara organizației
- **RÎ11** Evalueze riscurile proiectului, inclusiv identificarea, analiza și răspunsul la riscuri
- **RÎ12** Analizeze și gestioneze așteptările și implicarea părților interesate pentru a asigura un rezultat de succes al proiectului.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 2.1.1 – Inițiative de planificare strategică: misiunea, viziunea și obiectivele organizației

Această subunitate oferă participanților informații de bază despre natura planificării strategice în vederea pregătirii proiectării experienței pentru vizitatori. Participanților li se oferă cunoștințe de bază referitoare la realizarea unui plan strategic, inclusiv informații despre cum să formuleze corect viziunea și misiunea aferente.

S.U. 2.1.2 – Elaborarea proiectelor culturale: obiectivul general și etapele următoare

Managementul proiectelor ar trebui să includă următoarele componente cheie: integrare, obiectiv general, timp, costuri, calitate, achiziții, resurse umane, comunicare, risc și părți interesate. Finalizarea unui proiect este considerată de mulți ca fiind cel mai valoros proces din întregul parcurs. Adoptând o abordare orientată spre procesele interne, echipele de management de proiect ar putea învăța lecții valoroase prin experiență directă, prin situații care permit punerea în valoare a punctelor forte ale echipei, reflectând în același timp asupra modului în care practicile dobândite pot fi și mai mult îmbunătățite prin confruntarea cu anumite provocări.

S.U. 2.1.3 – Managementul proiectelor culturale

Această subunitate de studiu explorează instrumentele de bază necesare managementului proiectelor. Participanții sunt, de asemenea, implicați în înțelegerea acelor abilități și competențe de bază necesare în managementul proiectelor, respectiv leadership, comunicare, dar și abilitatea de a gestiona conversații dificile, precum și alte subiecte similare.

UNIT 2.2 | PLANUL DE DEZVOLTARE A AUDIENȚEI

Descriere

Această unitate oferă participanților cunoștințele și competențele necesare pentru a înțelege profilurile și comportamentele vizitatorilor și pentru a răspunde nevoilor, așteptărilor și dorințelor acestora – respectiv acele elemente de bază creării unei experiențe remarcabile. Relația dintre capacitatea vizitatorilor și spațiul fizic are potențialul de a influența calitatea experienței vizitatorilor. Înțelegerea acestui fapt permite managerilor să adopte măsuri proactive pentru a spori și mai mult retenția vizitatorilor actuali, identificând în același timp potențiale instrumente care abilează vizitatorul să interacționeze într-un mod angajant cu exponatele. O bună înțelegere a implicării actuale a vizitatorilor în sfera patrimoniului cultural permite, de asemenea, managerului să ofere consultanță cu privire la potențiale proiecte care ar putea atrage și mai mult vizitatorii, atât cei noi cât și pe cei care revin spre organizația de patrimoniu cultural.

Procesul de dezvoltare a audienței asigură faptul că destinațiile de patrimoniu cultural rămân puternic concentrate pe furnizarea unui serviciu care funcționează pentru public - atât pentru cel existent, cât și pentru cel potențial. Identificarea unui plan de dezvoltare adecvat este o cerință de bază care asigură concentrarea și direcția necesare pentru orice experiență inovatoare propusă vizitatorilor.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **R11** Evalueze rolul instituțiilor culturale în context

- **RÎ2** Clasifice tendințele publicului și să aplice strategii eficiente de dezvoltare a audienței
- **RÎ3** Înțeleagă diferitele componente ale unui plan de dezvoltare a audienței
- **RÎ4** Identifice acele calități care definesc un plan eficient
- **RÎ5** Comunice eficient o idee/proiect complex
- **RÎ6** Evalueze propriul progres în dezvoltarea intelectuală și profesională.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 2.2.1 – Dezvoltarea audienței: introducere

Conceperea și detalierea unui plan eficient de dezvoltare a audienței este importantă pentru a sprijini planul de afaceri sau strategia organizațională a unei destinații de patrimoniu cultural. În această subunitate, participanții vor explora diferitele metode utilizate pentru a reflecta asupra abordării unei organizații și pentru a evalua dacă această abordare este eficientă și actuală. Participanții vor explora, de asemenea, modul în care sunt definite obiectivele pe termen scurt și lung pentru a sprijini posibilitățile de creștere sau de creștere a audienței cu resurse inegale.

S.U. 2.2.2 – Misiunea, viziunea și ambițiile audienței pentru a crea experiențe semnificative și captivante

În cadrul acestei subunități, participanții vor explora aspectele de bază ale "planului de dezvoltare a audienței". Participanții vor explora abordări pentru a înțelege modul în care publicul este un actor cheie în misiunea, viziunea și strategia unei organizații. Aceasta din urmă fundamentează ambițiile sau "obiectivele" de implicare a publicului și beneficiile acestuia. Materialul de curs sprijină participanții cu informații pentru evaluarea limitărilor organizaționale, utilizarea datelor în vederea evaluării situațiilor și potențialul publicului, precum și pentru a înțelege barierele și nevoile acestuia. Ca parte a strategiei, participanții vor parcurge principalele abordări susceptibile de a îndeplini obiectivele, de a valorifica oportunitățile și de a reduce riscurile.

S.U. 2.2.3 – Obiective, acțiuni și revizuirea proiectării experiențelor vizitatorilor

Un plan de dezvoltare a audienței necesită obiective clar definite, care să decurgă din unitatea de studiu anterioară. Planul de acțiune necesită ca managerii și părțile interesate asociate să transpună această gândire în practica de zi cu zi. Acțiunea este adesea definită într-un interval de timp stabilit, cu indicatori cheie de performanță (KPI) detaliați anual. Pe parcursul acestei subunități, participanții vor explora, de asemenea, modalități de revizuire și ajustare a planului de acțiune în mod regulat, ca parte a unui ciclu.

UNIT 2.3 | SEGMENTAREA AUDIENȚEI

Descriere

Instituțiile de patrimoniu cultural pot beneficia de pe urma adoptării unor practici eficiente de colectare a datelor în scopul unor procese decizionale mai bine documentate. Strategia fundamentată pe date sprijină practicienii din domeniul patrimoniului cultural în înțelegerea comportamentului actual al vizitatorilor, în anticiparea nevoilor lor și proiectarea experiențelor dedicate lor într-un mod care să implice și să responsabilizeze publicul. Această unitate de studiu prezintă diferitele metodologii de cercetare.

Segmentarea audienței implică abordarea publicului în grupuri distincte. Segmentarea audienței este "procesul de împărțire a clienților sau a potențialilor clienți de pe o piață în diferite grupuri sau segmente, în cadrul cărora cei repartizați au cerințe identice sau similare și care sunt satisfăcute de un mix distinct de marketing".

Colectarea datelor se realizează din mai multe surse diferite și depinde de cunoștințele tehnice, de disponibilitatea personalului și de nevoile instituției de patrimoniu cultural. Este important să se decidă ce tip de date este necesar să se colecteze pentru a susține planificarea adecvată a proiectului. Atunci când se generează o experiență centrată pe vizitator, identificarea nevoilor acestui tip de vizitator este imperativă. Prin urmare, înțelegerea informațiilor de bază, cum ar fi datele demografice, geografia, comportamentul și atitudinile, este crucială atunci când se proiectează experiențe inovatoare pentru vizitatori.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Evalueze cercetările științifice de vârf legate de oportunitățile și provocările legate de profilarea și comportamentul experiențial al vizitatorilor
- **RÎ2** Descrie motivatorii interni și externi ai comportamentului publicului, cruciali atunci când identifică proiecte viitoare
- **RÎ3** Efectueze o varietate de teste pentru a oferi strategii adecvate de colectare a datelor pentru estimări viitoare
- **RÎ4** Recunoască diferite tehnici legate de implicarea și experiența vizitatorilor în contexte legate de patrimoniul cultural
- **RÎ5** Identifice, analizeze și utilizeze diferite tipuri de date care se referă la comportamentul vizitatorilor. Acest rezultat al învățării este acoperit de cel anterior și de cel următor
- **RÎ6** Aplice diferite tehnici de profilare a vizitatorilor folosind o varietate de moduri de colectare a datelor
- **RÎ7** Evalueze cercetările științifice de vârf legate de oportunitățile și provocările legate de fluxul de vizitatori.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 2.3.1 – Segmente de audiență și profiluri (persona)

Această subunitate va explora principii de bază privind înțelegerea și îmbunătățirea relațiilor cu publicul. Participanții vor explora cele mai recente studii referitoare la furnizarea de informații diferite, adaptate diverselor nevoi și cerințe ale publicului. Înțelegerea audienței presupune ca managerii de patrimoniu cultural să depășească ipotezele și să identifice măsuri eficiente pentru a planifica experiențe inovatoare centrate pe audiență. Această subunitate oferă informațiile teoretice de bază despre segmentarea audienței și despre profiluri. De asemenea, participanților le vor fi prezentate, pentru aprofundare ulterioară, studii de caz privind segmentarea audienței, ca exemple de bune practici.

S.U. 2.3.2 – Date primare pentru proiecte de turism cultural

Datele primare se bazează pe informații cantitative și calitative noi și care nu sunt al dispoziția organizației. Aceste informații pot fi colectate prin intermediul unor sondaje, anchete, sondaje electronice sau interviuri față în față. Metodele de cercetare calitativă, cum ar fi modelul etnografic, oferă informații importante, altfel imposibil de analizat prin colectarea de date cantitative. Interviurile individuale și colective, discuțiile informale, observarea comportamentului vizitatorilor atunci când interacționează cu spațiul și cu exponatele oferă informații pertinente care completează alte metodologii de colectare a datelor.

S.U. 2.3.3 – Date secundare pentru proiecte de turism cultural

Datele secundare, denumite uneori și "documentare", sunt reprezentate în principal de informații existente. Aceste informații pot fi interne, disponibile în cadrul organizației, cum este cazul, spre exemplu, al cercetărilor anterioare sau al vânzărilor de bilete. Există, de asemenea, informații externe care ar putea oferi detalii importante, cum ar fi sondajele guvernamentale sau informațiile privind populația.

UNIT 2.4 | IMPLICAREA PUBLICULUI

Descriere

În timp ce implicarea publicului existent este relativ simplă, profilul și comportamentul vizitatorilor unei instituții de patrimoniu cultural ar beneficia de orice alte date colectate de la noi vizitatori. Inițiativele care vizează aducerea de noi vizitatori în instituție contribuie la conturarea unei imagini mai clare a motivațiilor acestora. Datele colectate de la publicul fidel și de la publicul nou oferă dovezi concrete, prin urmare mai mult decât percepții, despre ceea ce ar trebui să implice un proiect.

Adoptarea unui mix de marketing eficient va constitui o platformă de lansare importantă pentru atragerea de vizitatori, atât fidelizați, cât și noi. Pentru a ajunge la publicul țintă și pentru a

îndeplini obiectivele acestuia, strategiile trebuie să fie dezvoltate într-o manieră care să răspundă fiecărui aspect al profilului și comportamentului acestuia. Având în vedere ce oferă o instituție de patrimoniu cultural, promovarea, parteneriatele, locul, oamenii și prețul sunt principalele instrumente care ar putea fi utilizate pentru a ajunge la public, dar și pentru a sprijini proiectarea experienței sitului de patrimoniu.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Evalueze cercetările științifice de vârf legate de oportunitățile și provocările referitoare la profilarea și comportamentul de experiență al vizitatorilor
- **RÎ2** Evalueze datele într-o manieră științifică și să întocmească un raport profesional în scopul luării de decizii viitoare în cunoștință de cauză
- **RÎ3** Înțeleagă modelele de bază care sprijină cartografierea componentelor importante ale mixului ce facilitează implicarea publicului precum și proiectarea experienței
- **RÎ4** Înțeleagă importanța unei comunicări eficiente în vederea unei abordări centrate pe public
- **RÎ5** Exploreze exemple de comunicare eficientă și să reflecteze asupra punctelor forte și a limitelor acestor opțiuni
- **RÎ6** Identifice metodele de implicare atât pentru publicul existent, cât și pentru cel nou, ca mijloc de a documenta proiectarea experienței.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 2.4.1 – Implicarea publicului existent în siturile de patrimoniu cultural

Mentținerea unei relații constante cu publicul este esențială pentru a ne asigura că acesta revine cu regularitate. Această unitate prezintă contextul necesar (n.t.îndeplinirii acestui scop), prin intermediul literaturii academice și a unei varietăți de studii de caz. Participanții vor putea explora idei despre modul în care comunicarea se construiește prin intermediul unei conversații în ambele sensuri între o instituție și publicul său, preluând interesele acestuia, răspunzând prompt la solicitări și probleme și bazându-se pe interesele anterioare pentru a prezenta noutăți relevante.

S.U. 2.4.2 - Atragerea de noi audiențe în siturile de patrimoniu cultural

Publicul existent ar trebui să fie întotdeauna punctul de plecare atunci când se dorește dezvoltarea audienței. Cu toate acestea, în cadrul acestei subunități, participanților li se vor oferi diverse metode de aprofundare a implicării publicului și de încurajare a noilor audiențe, pentru înțelege mai bine experiența vizitatorilor. Noile audiențe ar putea fi angajate printr-o

varietate de metode care variază de la prezența fizică la interacțiunea la distanță (cum ar fi utilizarea platformelor digitale) cu produsul.

S.U. 2.4.3 – - Instrumente de dezvoltare a publicului pentru implicarea și îmbunătățirea experienței vizitatorilor

Înțelegerea " mixului ce facilitează implicarea publicului " este importantă ca instrument de angajare și de îmbunătățire a experienței vizitatorilor. Participanții vor explora, de asemenea, cele patru domenii ale Modelului de experiență și ale Modelului THEME ca parte a proiectării experienței. Participanții vor explora studii de caz pentru a înțelege mai bine astfel de procese și modul în care acestea au fost aplicate de diverși manageri de patrimoniu cultural.

MODULUL 3 | Strategii și instrumente digitale pentru patrimoniul cultural

Descrierea modului

Digitalizarea reconfigurează multe aspecte ale societății noastre, inclusiv în sectorul patrimoniului cultural. Dar, la fel ca multe altele, reprezintă pentru acest sector, în egală măsură, o șansă de a reacționa la noile cerințe și de a inova. Tehnologiile digitale prezintă o varietate de posibilități în multe aspecte ale activităților legate de patrimoniu; în afară de preservare și conservare, se pot găsi aplicații în digitalizarea artefactelor, a siturilor sau a patrimoniului cultural imaterial, dar și în modul în care interacțiunea cu patrimoniul este transformată în experiențe captivante pentru vizitatori.

Acest modul oferă participanților o imagine de ansamblu a principalelor dimensiuni digitale ale patrimoniului cultural. Aceștia vor analiza și îmbunătăți instrumentele și politicile digitale existente și vor evalua ce poate fi util în contextul lor, învățând cum să își conceptualizeze și să își articuleze ideile prin intermediul diferitelor medii și instrumente digitale. În plus, participanții vor analiza și evalua utilizarea posibilelor strategii digitale de marketing și comunicare pentru promovare, pentru implicarea publicului și pentru crearea de rețele instituționale precum și pentru a facilita schimbul de cunoștințe. De asemenea, vor învăța să contextualizeze tendințele digitale recente și viitoare în sectorul patrimoniului cultural și al turismului și să formuleze strategii privind modul de integrare a acestora cu nevoile organizației. În cele din urmă, competențele digitale dobândite vor fi dezvoltate pentru putea evalua când și cum este necesară cooperarea cu experți externi în vederea dezvoltării strategiilor digitale pe termen lung.

Strategie educațională

- Prezentări video
- Conținuturi bazate pe text, inclusiv studii de caz, bune practici și exemple din lumea reală
- O colecție de resurse educaționale deschise: rapoarte, studii de cercetare, articole, documente strategice și alte materiale pentru studiu individual
- Bibliografie și webografie privind sursele de referință primare și secundare
- Autoevaluare prin intermediul unor chestionare

UNIT 3.1 | ÎNȚELEGEREA POTENȚIALULUI DATELOR DIGITALE ÎN CONTEXTUL PATRIMONIULUI CULTURAL

Descriere

Instituțiile de patrimoniu cultural sunt conștiente că adoptarea unor practici eficiente de colectare a datelor pentru a pune în aplicare procese decizionale mai bine fundamentate va contribui la dezvoltarea interacțiunii cu vizitatorii, a activităților de informare, a proiectelor educaționale și a rețelelor, pe termen scurt și lung. O strategie fundamentată pe date sprijină practicienii din domeniul patrimoniului cultural în înțelegerea comportamentului actual al vizitatorilor, în anticiparea nevoilor lor și în proiectarea experiențelor pentru aceștia într-o manieră care să implice și să responsabilizeze publicul.

Această unitate de studiu prezintă caracteristicile și practicile esențiale legate de mediul digital, diferențele metodologii care asigură colectarea de date, instrumente și aplicații. De asemenea, problematizează și prezintă relevanța diferitelor instrumente, ținând cont de diferențele nevoi organizaționale.

În timp ce prima subunitate oferă o perspectivă asupra elementelor de bază ale lumii digitale, celelalte două subunități analizează capacitățile digitale esențiale atât ale organizației (a doua subunitate), cât și ale publicului/vizitatorilor/consumatorilor (a treia subunitate), ca punct de plecare pentru dezvoltarea celor mai adecvate strategii digitale pentru punerea în valoare a patrimoniului cultural sau pentru conceperea și implementarea de produse și experiențe digitale de sine stătătoare.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Înțelege noțiunile fundamentale legate de mediul digital, cum ar fi crearea, utilizarea, transformarea și stocarea datelor digitale, precum și aplicațiile acestora în contexte legate de patrimoniul cultural.
- **RÎ2** Aplice politici solide de gestionare a datelor digitale pentru a proteja și a maximiza utilizarea digitală a datelor din patrimoniul cultural
- **RÎ3** Evalueze implicațiile juridice și etice ale utilizării datelor digitale în activitățile de punere în valoare și comunicare a patrimoniului cultural
- **RÎ4** Evalueze capacitățile digitale ale unei organizații de patrimoniu cultural
- **RÎ5** Coreleze competențele și nevoile digitale ale vizitatorilor cu rezultatele digitale preconizate ale unei organizații de patrimoniu cultural (prezența în social media și valorificarea digitală a patrimoniului cultural)

SUB-UNITĂȚI

S.U. 3.1.1 – Înțelegerea mediului digital

Această subunitate are un caracter introductiv și îi pregătește pe participanți pentru a înțelege specificul lumii digitale. Sunt explicate structura de bază și principalele instrumente ale domeniului digital, din perspectiva utilizării lor potențiale în sectorul patrimoniului cultural.

Participanții la formare se vor familiariza cu noțiuni digitale fundamentale, cum ar fi bazele de date, găzduirea (hosting), serviciile cloud și elementele de bază ale interfețelor digitale și ale interacțiunilor dintre oameni și computere. În continuare, participanții se vor familiariza cu diverse practici de culegere a datelor, analizând principiile de colectare a acestora, utilizarea și protecția seturilor de date și identificarea valorilor suplimentare care pot fi asociate datelor colectate. O atenție deosebită este acordată aspectelor juridice și etice care guvernează utilizarea datelor digitale, de la cele legate de drepturile de autor și reutilizarea datelor până la aspecte juridice legate de confidențialitate, restricții tehnologice și noțiuni privind impactul social al aplicațiilor digitale relevante.

S.U. 3.1.2 – Recunoașterea, evaluarea și formarea competențelor digitale în cadrul organizației

Această subunitate oferă participanților îndrumări utile pentru a cerceta, înțelege și evalua capacitățile digitale din cadrul propriei organizații, ca o condiție prealabilă pentru dezvoltarea și extinderea unor strategii digitale fezabile. Unitatea oferă elemente cheie pentru explorarea statutului digital actual al organizației și pentru identificarea nevoilor reale de însușire de noi competențe digitale, pentru a valorifica potențialul de îmbunătățire digitală a obiectivelor/expresiilor specifice ale patrimoniului cultural, ținând cont în același timp de aspecte legate de educație, mediere culturală, relații publice și marketing.

S.U. 3.1.3 – Schimbul digital cu vizitatorii

După finalizarea primei unități, această subunitate abordează evaluarea vizitatorilor și a consumatorilor în termenii schimbului digital cu organizația de patrimoniu cultural. Cartografierea competențelor și nevoilor digitale ale vizitatorilor, identificarea oportunităților și beneficiilor schimbului de date prin mijloace digitale atât pentru organizație, cât și pentru vizitatori, contribuie în mod esențial la dezvoltarea unor strategii digitale eficiente care să maximizeze punerea în valoare a patrimoniului cultural. Participanții la curs vor descoperi modalități prin care pot direcționa cercetările inițiate de organizația lor pentru a răspunde așteptărilor unui public mai larg și pentru a ajunge la un număr mai ridicat de vizitatori și consumatori prin intermediul canalelor digitale și al produselor digitale adaptate.

UNIT 3.2 | NOI STRATEGII ȘI INSTRUMENTE DIGITALE PENTRU SITURI DE PATRIMONIUL CULTURAL, BAZATE PE EXPERIENȚĂ

Descriere

Lumea digitală progresează continuu, iar dezvoltările și inovațiile tehnologice permit, de asemenea, noi posibilități de utilizare în procesul de valorificare și mediere experiențială a patrimoniului cultural. Unitatea prezintă evoluțiile și tendințele actuale din domeniul digital, cum ar fi realitatea augmentată și virtuală, tehnologiile 3D, gamificarea și maparea video (prin

proiecție), și prezintă principalele caracteristici și aplicații ale acestora. Pentru a facilita o mai bună înțelegere și pentru a învăța cum se dezvoltă, din punct de vedere conceptual, strategii digitale, vor fi prezentate studii de caz legate de patrimoniul cultural. Această analiză și trecere în revistă sprijină învățarea procesului de dezvoltare a strategiilor digitale individuale adaptate diverselor contexte.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Cunoască principalele caracteristici (potențiale, cerințe și limitări) ale tehnologiilor digitale utilizate în valorificarea și medierea patrimoniului cultural
- **RÎ2** Evalueze evoluțiile și tendințele actuale în domeniul digital pentru a extrage ceea ce ar putea fi relevant pentru sectorul patrimoniului cultural și pentru contextul individual
- **RÎ3** Deducă din cazurile/exemple de studiu cerințele optime pentru configurarea viitoare a proiectelor digitale
- **RÎ4** Elaboreze strategii digitale pe termen lung pentru a exploata cele mai recente tendințe digitale sau a celor viitoare, prin colaborări specifice.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 3.2.1 – Tendințe recente și viitoare în domeniul digital

Această subunitate face o prezentare generală a tehnologiilor existente și a celor care vor domina viitorul apropiat și explică funcționalitățile lor tehnice de bază. În cuprinsul subunității sunt explicate aplicații tehnice și termeni comuni (pentru domeniu) și sunt discutate potențialul și limitele anumitor tehnologii: realitatea mixtă (realitatea augmentată și virtuală și tehnologiile imersive, tehnologiile 3D (prezentare generală a abordărilor bazate pe poligon, parametrice și voxel, aplicații în scanarea 3D și imprimarea 3D), gamificarea (pentru utilizări online și offline) și suprafețele mediatizate (prin intermediul mapării video, ecrane tactile etc.). Pentru fiecare subiect, sunt discutate, de asemenea, caracteristicile resurselor tehnice interne și externe necesare.

S.U. 3.2.2 – Bune practici și studii de caz

Pornind de la subunitatea precedentă, vor fi discutate diferite studii de caz și bune practici din domeniul interfețelor publice, al viziunilor artistice și al expozițiilor de patrimoniu cultural și vor fi prezentate diferite resurse, rețele și conferințe ca surse de inspirație. Pe baza acestor informații se realizează definirea criteriilor pentru a facilita abordări experiențiale de succes. Analiza

resurselor tehnice, financiare și umane utilizate în proiectele date ca exemple va ajuta la creionarea cerințelor necesare în situația în care elemente din aceste cazuri de bună practică vor fi adaptate în proiecte individuale.

S.U. 3.2.3 – Dezvoltarea strategiilor digitale

Această subunitate are ca scop definirea obiectivelor pentru dezvoltarea și extinderea dimensiunii digitale a organizației.

Ulterior prezentării a diferite modalități de descriere și analiză a situației actuale a unei organizații, sunt identificate potențiale modalități de îmbunătățire pe baza surselor de inspirație și a analizei de context. Pentru a formula o strategie cu pași clar definiți, sunt trecute în revistă și modalitățile de integrare a strategiei digitale în strategiile generale ale organizației. În cele din urmă, sunt dezvoltate și planificate elementele, resursele și cunoștințele necesare pentru o implementare de succes.

UNIT 3.3 | MARKETING ȘI COMUNICARE DIGITALĂ PENTRU PATRIMONIUL CULTURAL

Descriere

Unitatea prezintă un inventar al instrumentelor de marketing digital, cum ar fi branding-ul digital, site-urile web, SEO/SEM, prezența în social media, e-newsletter-urile, web-ul accesat de pe dispozitive mobile, aplicații pentru telefoane, gamificare online și blogging. Exemple practice arată utilizarea acestora ca parte a strategiei de comunicare pentru un context de patrimoniu cultural. Unitatea acoperă, de asemenea, dezvoltarea unor strategii de comunicare hibride cheie, care combină elemente digitale și analogice. Participanții vor învăța cum să încurajeze crearea de rețele digitale care pot fi conectate cu alte situri/destinații aflate în situații similare și cum să utilizeze rețelele digitale pentru colectarea de fonduri, elaborarea de politici precum și în alte scopuri.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Identifice principalele caracteristici ale unei strategii de marketing digital
- **RÎ2** Evalueze caracteristicile principalelor canale digitale disponibile pentru promovarea patrimoniului cultural
- **RÎ3** Planifice conținutul pentru site-ul web și canalele de socializare adecvate, care poate fi adaptat la grupurile țintă definite
- **RÎ4** Analizeze rolul și caracteristicile povestirii (storytelling) ca o competență-cheie a marketingului electronic
- **RÎ5** Planifice strategii de implicare a utilizatorilor pentru un anumit sit de patrimoniu cultural.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 3.3.1 – Strategii de marketing digital

Această subunitate cuprinde bazele strategiilor de marketing digital în contexte de patrimoniu cultural. Aducând în discuție instrumente și teorii din studiile de marketing (branding, poziționare, competență etc.), participanții explorează elementele fundamentale ale marketingului digital. Prin intermediul caracterizării principalelor canale digitale de promovare a patrimoniului cultural, participanții învață cum să utilizeze instrumentele existente pentru a îmbunătăți dezvoltarea, managementul sau comunicarea online. În plus, această subunitate dezvoltă capacitatea de a învăța cum se concretizează practic strategiile de marketing digital (etape și resurse) prin analiza studiilor de caz și a bunelor practici.

S.U. 3.3.2 – Blogging și utilizarea rețelelor sociale în scenariile digitale ale experienței

Subunitatea aprofundează cunoștințele și utilizarea tehnicilor de comunicare și valorificare mediate digital pentru un sit de patrimoniu cultural, punând accentul pe construirea brandului, pe blogging și social media ca tehnici eficiente de marketing. Subunitatea explorează tipuri alternative de proiecte participative online și potențialul lor de dezvoltare a publicului, care ar putea contribui în mod semnificativ la creșterea profilului destinațiilor de patrimoniu cultural.

S.U. 3.3.3 – Implicarea utilizatorilor și povestirea (storytelling)

În cadrul acestei subunități, conceptul de povestire (storytelling) este stabilit ca o competență-cheie a marketingului electronic, care facilitează participanților învățarea modului în care se creează și se mențin comunități virtuale și analogice pentru siturile de patrimoniu cultural. În plus, participanții vor învăța cum să măsoare și să înțeleagă obiectivele specifice povestirii (storytelling-ului) folosind, de exemplu, instrumente precum Google Analytics.

UNIT 3.4 | PROIECTAREA EXPERIENȚELOR DIGITALE ONSITE ȘI ONLINE, PENTRU VIZITATORI

Descriere

Bazându-se pe cunoștințele și abilitățile acumulate anterior, unitatea oferă contextul și posibilele abordări pentru identificarea potențialului de promovare digitală și experiențială a unui obiectiv specific de patrimoniu cultural, utilizând caracterizarea, analiza publicului și managementul proiectului (proiectare și planificare) de patrimoniu cultural.

Pornind de la abordarea teoretică din unităților anterioare, această unitate prezintă bune practici actuale și exemple de valorificare și le utilizează ca puncte de plecare pentru proiectarea de noi experiențe digitale pentru vizitatori, atât la fața locului, cât și online.

Analizând analitic și critic peisajul proiectelor digitale axate pe patrimoniul cultural sau derivate din acesta, participanții dobândesc o perspectivă care conduce la cele mai bune abordări posibile a proiectelor care se bazează pe un anumit sit, evitând greșelile care duc la experiențe nereușite pentru vizitatori sau la promovarea eronată a valorilor patrimoniului cultural. Prin urmare, examinarea studiilor de caz se va concentra nu doar pe performanța digitală și noutatea experienței, ci și pe adecvarea și eficiența acestora în comunicarea valorii patrimoniului cultural către un grup țintă specific.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Înțelege rolul și locul experienței digitale în cadrul ciclului experienței
- **RÎ2** Evalueze potențialul de valorificare și interpretare digitală a unui sit de patrimoniu cultural
- **RÎ3** Proiecteze experiențe digitale pentru mediere, educație și incluziune
- **RÎ4** Planifice implementarea experienței digitale
- **RÎ5** Stabilească criterii de evaluare adecvate pentru experiența digitală.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 3.4.1 – Experiența digitală în ciclul experienței

Pornind de la cunoștințele și competențele dobândite în modulele anterioare, această subunitate le permite participanților să evalueze potențialul de valorificare și interpretare digitală a unui anumit sit de patrimoniu cultural ca parte a ciclului experienței, fie că vorbim despre experiențe online sau la fața locului. Bune practici și exemple de valorificare experiențială a patrimoniului cultural în domeniul digital vor fi analizate și discutate ținând cont de diferite criterii: adecvarea culturală, potențialul educațional, creativitatea, contribuția la inovarea în domeniu, performanța digitală, adaptabilitatea la utilizator (public/vizitator/turist), costurile etc.

S.U. 3.4.2 – Proiectarea experienței digitale: procese și etape pentru inițiative online și la fața locului

Ca parte a punerii în valoare a patrimoniului cultural atât în scop educațional, cât și de divertisment, această subunitate se ocupă de proiectarea și planificarea implementării unor experiențe digitale specifice, adaptate la profilul vizitatorilor. Participanții vor învăța procesul creativ inspirat de obiectivele/expresiile patrimoniului cultural, asimilând modalități de identificare a potențialului de valorificare și promovare digitală a acestora. Proiectând

experiența digitală, participanții vor lua în considerare elemente de management de proiect și vor învăța modalități de ancorare a produsului digital în strategia generală de marketing.

S.U. 3.4.3 – Implementarea experienței digitale și abordări pentru evaluare

Ultima subunitate a modulului se ocupă de aspectele cheie legate de implementarea efectivă a experiențelor digitale, precum și de stabilirea unor abordări relevante pentru evaluarea experienței. Aceasta include identificarea unor indicatori de performanță adecvați, adaptați la experiența proiectată, în corelare cu obiectivele stabilite în strategiile digitale. Participanții vor învăța cât de important este să facă o distincție între performanța digitală și capacitatea de a angaja audiența utilizând mijloacele digitale. Evaluarea unei experiențe digitale proiectate va corela o întreagă gamă de indicatori de performanță, dezvoltați în mod unic pentru interpretarea digitală specifică a obiectivului/expresiei patrimoniului cultural.

MODULUL 4 | Abordarea antreprenorială a patrimoniului cultural

Descrierea modului

Acest modul va aborda conceptul de antreprenariat, o competență transversală recunoscută ca fiind necesară pentru orice profesionist care lucrează într-un mediu transmisibil. Întrebări referitoare la ce este antreprenoriatul, cum se traduce în practică și de ce este relevant pentru profesioniștii din domeniul patrimoniului cultural își vor găsi răspunsul în cadrul acestei subunități. Pe baza Cadrului de competențe antreprenoriale, care își propune să ofere o viziune unificată a conceptului în Europa, a fi întreprinzător merge dincolo de înființarea unei afaceri și este înțeles ca o dispoziție mentală care îi sprijină pe indivizi atât la locul de muncă, cât și în viața de zi cu zi, acasă și în societate. Acest modul va prezenta strategii antreprenoriale care sunt fundamentale pentru dezvoltarea comercială și financiară a sectorului patrimoniului cultural, precum și metodologii de management care promovează competențe valoroase.

Strategie educațională

- Prezentări video, inclusiv prelegeri și interviuri
- Conținuturi bazate pe text, inclusiv studii de caz, cele mai bune practici și exemple din lumea reală
- O colecție de resurse educaționale libere: rapoarte, studii de cercetare, articole, documente de politici și alte materiale pentru studiu individual
- Bibliografie și webografie privind sursele de referință primare și secundare
- Autoevaluare prin intermediul unor chestionare

UNIT 4.1 | COMPETENȚE ANTREPRENORIALE CA ELEMENTE CHEIE PENTRU UN NOU TIP DE MANAGEMENT AL PATRIMONIULUI CULTURAL

Descriere

Scopul general al acestei unități este de a familiariza cursanții cu conceptul de spirit de inițiativă și antreprenorial și sensul acestuia, pentru profesioniștii din domeniul patrimoniului cultural, bazându-se pe o definiție largă a spiritului antreprenorial ca o competență-cheie, transversală. Competențele antreprenoriale pentru profesioniștii din domeniul patrimoniului cultural pot crea valoare socială, culturală sau economică. Mai detaliat, unitatea va aborda următoarele subiecte:

- Ce înseamnă "spiritul de inițiativă și antreprenorial"?
- Care este valoarea adăugată pentru profesioniștii din domeniul patrimoniului cultural?

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Cunoască semnificația spiritului antreprenorial în cadrul învățării pe tot parcursul vieții
- **RÎ2** Descrie în zece cuvinte conceptul general de antreprenoriat pentru sectorul cultural
- **RÎ3** Recunoască asemănările și diferențele dintre antreprenoriatul pentru organizațiile culturale cu scop lucrativ și cel nonprofit
- **RÎ4** Identifice oportunitatea și domeniul de aplicare al cadrului de competențe antreprenoriale
- **RÎ5** Analizeze trei competențe din fiecare dintre domeniile EntreComp ce demonstrează capacitatea de a transforma ideile în acțiuni
- **RÎ6** Cunoască semnificația inițiativei de antreprenoriat cultural.
- **RÎ7** Evalueze cele mai potrivite competențe din cele cincisprezece competențe ale EntreComp, în funcție de nevoile profesioniștilor din domeniul patrimoniului cultural.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 4.1.1. – Consolidarea competențelor antreprenoriale în cadrul EntreComp

Pe baza Cadrului european de competențe antreprenoriale (EntreComp), cursantul va avea posibilitatea de a deprinde abilitățile și competențele necesare pentru un profesionist competent, creativ și inovator. În această subunitate, sunt prezentate cele trei domenii de competență care reflectă direct definiția antreprenoriatului ca fiind capacitatea de a transforma ideile în acțiuni care generează valoare pentru altcineva în afară de propria persoană, precum și cele cincisprezece competențe care, împreună, constituie elementele de bază ale antreprenoriatului ca o competență pentru toți profesioniștii.

S.U. 4.1.2 – Recunoașterea, evaluarea și formarea competențelor antreprenoriale cu EntreComp

Această subunitate introduce cursantului conceptul de antreprenoriat, înțeles în principiu ca o formă hibridă de activitate profesională creativă, care combină competențele digitale și antreprenoriale. Accentul se va pune pe modalitățile de gândire pe care un profesionist în domeniul patrimoniului cultural trebuie să le aibă pentru a face față schimbărilor, pentru a dezvolta o strategie și pentru a gestiona potențiale riscuri. La final, accentul se va pune pe modul în care EntreComp poate fi adaptat în acest sector, inclusiv în instituțiile de patrimoniu cultural ca organizații non-profit.

S.U. 4.1.3. – Rolul politicilor publice în dezvoltarea potențialului antreprenorial și de inovare al sectoarelor culturale și creative

Puterea de inovare a sectoarelor culturale și creative este esențială pentru dezvoltarea viitoare a economiilor și societăților europene, deoarece: generează bunăstare și coeziune; modelează spațiul public utilizat de milioane de europeni; modernizează industriile și sectoarele de afaceri cu noi contribuții și metode creative; oferă sens și un sentiment de apartenență; modernizează zonele urbane și rurale; proiectează produsele și serviciile noastre; produce și digitalizează conținuturi; ne îmbogățește experiențele vizuale și oferă conținut pentru dezbateri.

UNIT 4.2 | ANTREPRENORIATUL CULTURAL - CE ESTE?

Descriere

În cadrul acestei unități, cursantul va face cunoștință cu conceptul de antreprenorat cultural, precum și cu rolul și competențele esențiale necesare pentru rolul de antreprenor cultural. Antreprenoriatul reprezintă un element cheie care contribuie la dezvoltarea durabilă a industriilor creative.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Înțelege conceptul de antreprenorat cultural
- **RÎ2** Enumere cel puțin trei competențe esențiale pentru un antreprenor cultural
- **RÎ3** Numească cel puțin un exemplu teoretic al modului în care antreprenorii își dezvoltă competențele culturale
- **RÎ4** Interpreteze conceptul de ecosistem antreprenorial
- **RÎ5** Identifice cel puțin trei acțiuni în vederea consolidării ecosistemului industriilor creative
- **RÎ6** Enumere cel puțin patru atribute de mediu esențiale pentru dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial
- **RÎ7** Înțelege inițiativa Capitalelor europene ale culturii.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 4.2.1. – Competențe esențiale pentru antreprenorul cultural

În zilele noastre, capacitatea antreprenorială determină competitivitatea unei organizații. Prin urmare, antreprenorii sunt considerați o resursă vitală. Obiectivul acestei subunități este de a stabili care sunt competențele individuale esențiale pentru antreprenorii culturali. Acțiunea

culturală calificată este esențială pentru antreprenori pentru a atrage resurse în vederea dezvoltării și creșterii noii lor organizații.

S.U. 4.2.2. – Model teoretic: Cum își dezvoltă antreprenorii competențele sociale și culturale

Antreprenorii sociali joacă un rol cheie în societate, transformând modelul de afaceri în sectorul patrimoniului cultural. Această subunitate încearcă să răspundă la întrebări esențiale, cum ar fi: ce îi caracterizează pe antreprenorii sociali, care sunt principalele responsabilități sociale și care sunt instrumentele pe care le pot folosi pentru a aborda probleme specifice? De asemenea, subunitatea prezintă modelul teoretic dezvoltat de Überbacher et al. (2015) referitor la modul în care antreprenorii își dezvoltă competențele culturale în domeniile de piață în care își localizează noile organizații.

S.U. 4.2.3. – Ecosistemul antreprenorial al industriilor culturale și creative

Un ecosistem puternic va crea o interacțiune dinamică între diferitele părți ale industriilor creative și economia în general. Acesta va sprijini organizațiile în a fi inovatoare și va asigura un flux continuu de activități pentru a crea locuri de muncă, infrastructură, vitalitate culturală și creștere. În cazul inițiativei "Capitala europeană a culturii", aceasta a evoluat de la un festival tradițional de artă la un program complex legat de obiective economice și sociale.

UNIT 4.3 | MANAGEMENTUL FINANCIAR AL SECTORULUI PATRIMONIULUI CULTURAL ȘI TURISTIC

Descriere

Această unitate va aborda unul dintre elementele care stau la baza antreprenoriatului și a sectorul patrimoniului cultural și al turismului. Capacitatea de gestiune financiară este reprezentată în antreprenoriat și în cadrul EntreComp ca o competență cheie pentru generarea de profit și crearea unei inițiative viabile. Într-un context de provocări economice, sustenabilitatea financiară este extrem de importantă în sectorul, uneori fragil, al patrimoniului cultural și al turismului. Analizând mai îndeaproape contextul economic al patrimoniului cultural și al sectorului turismului, această unitate va căuta să problematizeze pe marginea instrumentelor utilizate pentru a găsi stabilitatea financiară precum și a modului în care competențele antreprenoriale reprezintă un avantaj în gestionarea fondurilor.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Analizeze contextul financiar al instrumentelor din sectorul patrimoniului cultural și al turismului, necesare pentru strategii durabile de strângere de fonduri
- **RÎ2** Înțelege diferitele surse de finanțare disponibile în sectorul patrimoniului cultural și al turismului și importanța rolului strângerii de fonduri în sectorul patrimoniului cultural

- **RÎ3** Se familiarizeze cu educația financiară și cu managementul financiar
- **RÎ4** Identifice strategii și metodologii de strângere de fonduri
- **RÎ5** Enumere a cel puțin trei etape ale procesului de strângere de fonduri
- **RÎ6** Dezvolte unui simț critic cu privire la diverse modele de afaceri
- **RÎ7** Compare studii de caz contemporane în sectorul patrimoniului cultural și al turismului.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 4.3.1 – Analiza contextului financiar și definirea unui plan financiar sustenabil în managementul cultural și turistic

Managementul financiar este recunoscut ca fiind o competență esențială pentru antreprenori, adică pentru întreprinderi, ONG-uri și instituții private sau publice. Sustenabilitatea financiară este adesea considerată o provocare în sectoarele culturale și turistice, deoarece acestea sunt adesea puternic afectate de starea economică globală. Prin urmare, este esențial să se integreze reflecțiile antreprenoriale în managementul cultural și turistic. Această subunitate va analiza contextul financiar al sectorului patrimoniului cultural și al turismului, prezentând în același timp participanților sursele actuale de finanțare disponibile. Odată familiarizați cu acest context, participanților li se vor oferi elemente-cheie privind elaborarea unui plan financiar sustenabil, precum și metodologii de punere în aplicare a acestuia și de monitorizare a rezultatelor.

S.U. 4.3.2 – Implementarea unei strategii de atragere de fonduri în sectorul patrimoniului cultural și al turismului

Strângerea de fonduri este o metodă de colectare de fonduri care este utilizată într-o varietate de sectoare. Asociată de obicei cu alegerea unei strategii financiare pentru organizațiile non-profit, colectarea de fonduri a devenit un instrument popular și vital pentru a susține și sectorul patrimoniului cultural. În această subunitate, participanții vor analiza abordări și practici comune de strângere de fonduri. Ei vor fi inițiați în contextul strângerii de fonduri, influențat de peisajul politic și economic contemporan. Aceștia vor aborda diferite metodologii de strângere de fonduri și vor analiza procesul de strângere de fonduri. Prin intermediul unor studii de caz, li se vor oferi exemple de strategii de strângere de fonduri, de la cele legate de identificarea donatorilor până la cele legate de campanii.

S.U. 4.3.3 – Diferite modele financiare și structuri organizaționale pentru patrimoniul cultural și turism

Modelul financiar este un aspect primordial al modelului de afaceri al unei organizații. Această subunitate va oferi o explicație detaliată a ceea ce constituie un model financiar, care poate diferi în funcție de structura organizației. Subunitatea va evidenția diferitele tipologii și sisteme de finanțare legate de sectorul public, privat și nonguvernamental. Participanții vor ajunge la un nivel esențial de înțelegere a competențelor antreprenoriale cheie care sunt puse în aplicare în stabilirea unui plan financiar și le vor fi prezentate studii de caz din sectorul patrimoniului cultural și al turismului ce vor ilustra diferitele tipuri de modele financiare și structuri organizaționale întâlnite în acest sector.

UNIT 4.4 | STRATEGII ANTREPRENORIALE PENTRU UN MANAGEMENT INOVATOR AL PATRIMONIULUI CULTURAL ȘI TURISTIC

Descriere

Chiar dacă stabilitatea economică a unei organizații este crucială, ea reprezintă doar un aspect al sustenabilității acesteia. Într-adevăr, pentru a avea succes, o organizație are nevoie de o strategie antreprenorială completă și pe termen lung. Îndepărtându-se de dimensiunea financiară, această unitate va examina alte aspecte ale celor mai importante componente ce determină viabilitatea unei organizații. Printre acestea se numără strategiile de marketing și de comunicare, dezvoltarea produselor și a experienței și metodologiile de management. În fața multiplelor provocări cu care se confruntă sectorul patrimoniului cultural și cel al turismului, este necesar ca aceste organizații să implementeze strategii inovatoare cu o abordare antreprenorială, luând în considerare aspectul lor cultural, precum și rezultatul comercial dorit.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Identifice strategii de marketing pentru sectorul patrimoniului cultural și al turismului
- **RÎ2** Testeze cel puțin două metodologii pentru a dezvolta un model de afaceri durabil
- **RÎ3** Elaboreze un plan de marketing pentru organizațiile din domeniul patrimoniului cultural și al turismului
- **RÎ4** Măsoare impactul strategiei de "lean management" asupra sectorului patrimoniului cultural și turismului
- **RÎ5** Compare diferite strategii de management în sectorul patrimoniului cultural și al turismului
- **RÎ6** Recunoască apariția antreprenoriatului social și influența acestuia asupra sectorului patrimoniului cultural și al turismului
- **RÎ7** Evalueze noile tendințe de management.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 4.4.1 – Noi modele de afaceri durabile pentru experiențe valoroase în sectorul patrimoniului cultural și al turismului

În calitate de antreprenor, dezvoltarea unui model de afaceri puternic reprezintă primul pas pentru crearea unei organizații. În cadrul acestei subunități, participanților le vor fi prezentate diferitele puncte-cheie ale unui model de afaceri durabil. Aceștia vor evalua importanța existenței unei strategii de marketing, nu numai pentru a-și promova produsele și a atrage

clienții, ci și pentru a înțelege cum să se adapteze la nevoile și interesele în continuă evoluție ale acestora. În contextul noilor provocări aduse de o digitalizare tot mai accentuată și, mai recent, de pandemia COVID-19, sectorul patrimoniului cultural și cel al turismului au nevoie mai mult ca oricând de punerea în aplicare a unor strategii de afaceri care să contribuie la dezvoltarea sa, păstrând în același timp aspectul său cultural și experiențial.

S.U. 4.4.2 – Metodologia "lean management" în domeniul patrimoniului cultural și al turismului

În încercarea de a se apropia de metodologiile eficiente de management, această subunitate va prezenta așa numitul "lean management" și utilitatea sa în sectorul patrimoniului cultural. Sectoarele patrimoniului și turismului trebuie să își dezvolte serviciile pentru a răspunde nevoilor în continuă schimbare ale beneficiarilor lor, atât turiști, cât și comunități locale. Acest lucru necesită o abordare de tip „lean” utilizând competențe legate de integrarea cunoștințelor. Un muzeu, o întreprindere de turism și orice organizație din sectorul privat, public sau din sectorul terțiar reprezintă un ecosistem complex, care trebuie să își îmbunătățească eficiența organizațională și să genereze impact asupra comunității locale. Acesta este motivul pentru care este necesară abordarea holistică a managementului de tip „lean”, pentru a face mai durabile activitățile și strategiile organizațiilor care lucrează în sectoarele patrimoniului și turismului.

S.U. 4.4.3 – O nouă abordare holistică în managementul patrimoniului cultural și al turismului

Această subunitate, care reunește diferitele elemente antreprenoriale menționate pe parcursul întregului modul, invită participanții să reflecteze asupra abordărilor inovatoare în sectorul patrimoniului cultural și al turismului. Pe măsură ce a apărut un puternic simț al responsabilității sociale, împreună cu necesitatea ca modelele de afaceri să urmeze un proces de integrare a cunoștințelor, tot mai multe organizații își remodelează strategiile antreprenoriale. Aceste noi tendințe vor fi ilustrate prin studii de caz care vor aborda noi metode holistice de gestionare, cum ar fi guvernarea destinației și implicarea părților interesate în administrarea patrimoniului cultural și al experiențelor turistice.

MODULUL 5 | | Sustenabilitate, măsurarea impactului și evaluarea proiectelor

Descrierea modului

Modulul 5 promovează o perspectivă din ce în ce mai necesară, aceea a creării unei culturi a cuantificării la nivelul instituțiilor responsabile de gestionarea patrimoniului cultural: pe de o parte, pentru a fi în spiritul viziunii globale a sustenabilității și pentru a favoriza o mai bună înțelegere a valorii culturale, iar pe de altă parte, pentru a permite o dezvoltare profesională bazată pe dovezi în vederea îmbunătățirii și monitorizării obiectivelor și misiunii.

Acest modul se concentrează pe dezvoltarea competențelor profesionale în direcția colectării și interpretării de date, pentru a stimula procesul necesar creării unei culturi a măsurării și pentru a dezvolta un proiect de evaluare. Un alt obiectiv este acela de a sprijini instituțiile în măsurarea, prelucrarea și comunicarea informațiilor nefinanciare și în a promova bunele practici.

Strategie educațională

- Prezentări video, inclusiv prelegeri și interviuri
- Conținuturi bazate pe text, inclusiv studii de caz, bune practici și exemple din lumea reală
- O colecție de resurse educaționale libere: rapoarte, cercetări, articole, documente de politici și alte materiale pentru autoinstruire
- Bibliografie și webografie privind sursele de referință primare și secundare
- Autoevaluare prin intermediul unor chestionare

UNIT 5.1 | CONCEPTE PRIVIND DURABILITATEA ȘI MĂSURAREA IMPACTULUI

Descriere

Obiectivul acestei unități este aceea de a stimula profesioniștii în sensul extinderii viziunii strategice în direcția sustenabilității, dezvoltând o cultură a cuantificării în organizații, ceea ce presupune aderarea la discursul internațional privind performanța bazată pe valoare, și răspunde recomandării convențiilor de management a patrimoniului cultural de a "include metode adecvate de monitorizare și evaluare", precum și de a realiza măsurarea impactului social.

Această unitate oferă un context pentru noua paradigmă profesională, privită din diferite perspective și sectoare, în vederea înțelegerii viziunii internaționale, realizând acest lucru și prin descrierea și clarificarea conceptelor, nevoilor și scopurilor, precum și a principalilor actori și factori determinanți.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Rezume principalele noțiuni ale paradigmei sustenabilității în contextul performanței profesionale în cultură
- **RÎ2** Relateze modul în care sustenabilitatea influențează viziunea strategică a instituțiilor și modelează definirea valorilor și a viziunii
- **RÎ3** Recunoască elementele cheie în care generarea de dovezi este aliniată cu strategia instituției culturale în cadrul viziunii sustenabile
- **RÎ4** Rezume tendințele globale în măsurarea impactului social și să înțeleagă valoarea adăugată a acestor practici
- **RÎ5** Evalueze cele mai importante resurse și cei mai remarcabili profesioniști din exemplele și tendințele analizate
- **RÎ6** Discearnă modul în care cunatificarea valorii sociale influențează viziunea strategică a sustenabilității
- **RÎ7** Identifice terminologia necesară pentru a crea un proiect de cuantificare a valorii sociale.

SUB-UNITS

S.U. 5.1.1 – Dezbateră privind sustenabilitatea în cultură ca viziune strategică

Scopul acestei subunități este de a înțelege dezbateră privind sustenabilitatea în comunitatea globală ca o fațetă a performanței și responsabilități bazate pe valori, precum și relația și interacțiunea cu sectorul cultural și diferitele abordări ale contribuției culturii la dezvoltarea durabilă. Punctul de plecare va fi activitatea UNESCO, luată ca o imagine de ansamblu asupra dezbaterii internaționale privind dezvoltarea durabilă.

S.U. 5.1.2 – De ce contează cunatificarea: pași dincolo de monitorizare și evaluare

O primă abordare a evaluării se referă la înțelegerea procesului de creare a unei culturi a măsurării și evaluării. Este vorba despre a înfrunta provocarea drumului către încorporarea proceselor de măsurare în performanță într-o direcție susținută și utilă. Aceasta implică un angajament de excelență în materie de performanță.

S.U. 5.1.3 – Valoare socială și glosar de concepte

Această a doua abordare se referă la dezbateră privind valoarea socială: ce este aceasta, conform glosarului de concepte, precum și oportunitățile și provocările care au loc în acest context în sectorul cultural.

UNIT 5.2 | ABORDĂRI ALE CUANTIFICĂRII ÎN CULTURĂ ȘI TURISM

Descriere

Acest modul va dezvolta abilitățile necesare pentru planificarea și conceperea unui proiect de evaluare, înțelegerea conceptelor și principiilor, comunicarea importanței pentru cultură, identificarea barierelor, înțelegerea perspectivelor internaționale și a caracteristicilor specifice sectorului. În final, participantul va înțelege procesele, metodologiile și instrumentele fundamentale existente și va fi capabil să le aplice în funcție de diferitele abordări, în fiecare caz în parte. Scopul este realizarea, la finalul parcursului, a unui model pilot pentru un studiu de caz real, propus.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Rezume principalele documente internaționale privind sustenabilitatea, în special cele legate de patrimoniul cultural
- **RÎ2** Recunoască exemple de măsurare a culturii în diferite contexte profesionale
- **RÎ3** Identifice referințele făcute la aceste exemple în cadrul inițiativelor locale, regionale și naționale
- **RÎ4** Caute exemple de aplicare din diferite perspective, în cadrul patrimoniului cultural
- **RÎ5** Recunoască barierele de intrare în diferite domenii, în special în gestionarea patrimoniului cultural
- **RÎ6** Elaboreze o hartă mentală a procesului teoretic de construire a unei culturi de măsurare durabile încorporând o viziune pe termen lung
- **RÎ7** Descrie parcursul de formare profesională pentru atingerea stadiului de cunoaștere și a competențelor pentru dezvoltarea unui proiect de cuantificare.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 5.2.1 – Abordări multidimensionale și pluri-valoare

Prima subunitate se referă la modul de integrare a viziunii strategice a sustenabilității în sectorul cultural și turistic și la modul de analiză al acțiunii bidirecționale a Uniunii Europene în ceea ce privește politicile și strategiile culturale și implementarea practică a acestora prin finanțarea programelor.

S.U. 5.2.2 – Provocări și oportunități pentru măsurarea culturii

După ce au fost analizate complexitatea și barierele incipiente într-un proiect de evaluare, este necesar să se ia în considerare oportunitățile referitoare la numeroasele domenii de performanță care apar, cum ar fi relația cu părțile interesate (stakeholders), transparența,

generarea de dovezi pentru îmbunătățirea continuă, responsabilitatea, crearea de valoare în povestiri și marketing.

S.U. 5.2.3 – Proiectarea unui proces de planificare a unui proiect de evaluare

În cadrul acestei subunități, participanții vor învăța cum să proiecteze procesul necesar dezvoltării unui proiect de evaluare, să definească părțile interesate, să planifice scopul și domeniul de aplicare și să definească etapele necesare pentru a obține cunoștințele și competențele necesare pentru planificarea și implementarea unui program de evaluare.

UNIT 5.3 | CUM SE FACE: PROIECT DE MĂSURARE A IMPACTULUI EXPERIENȚEI

Descriere

Elaborarea unui proiect de măsurare începe cu un proces, de la înțelegerea metodelor de cuantificare a performanței prin intermediul dovezilor (de ultimă generație), până la stabilirea obiectivelor prin proiectarea unui proces sau a unei hărți mentale pentru realizarea implementării în strategia și operațiunile instituției sau a programului.

În plus, cuantificarea este un instrument ciclic, care se rafinează prin iterație. Cunoașterea termenilor-cheie și aplicarea corectă a acestora este fundamentală pentru realizarea măsurării.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Explice dificultățile de transfer al viziunii macro în structura unei instituții sau a unui proiect cultural
- **RÎ2** Construiască procesul necesar elaborării unui proiect de indicatori de impact social prin intermediul instrumentelor disponibile ale ciclului de măsurare/cuantificare
- **RÎ3** Evalueze fazele cheie ale ciclului de măsurare/cuantificare pentru fiecare proiect în parte și să identifice informațiile și resursele necesare pentru dezvoltare
- **RÎ4** Distingă între diferite metodologii în funcție de diferitele strategii de colectare a datelor
- **RÎ5** Recunoască instrumentelor operaționale legate de diferitele etape ale procesului de măsurare pentru a genera date și dovezi
- **RÎ6** Facă distincția între realizarea colectării de date pentru o anumită activitate și crearea unei culturi a cuantificării într-o instituție.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 5.3.1 – Ciclul de măsurare a impactului

Obiectivul acestei subunități este de a transmite cunoștințe privind proiectarea unui instrument (ciclu de măsurare/cuantificare) bazat pe metodologii existente, instrument care poate fi integrat în viziunea strategică a profesioniștilor din domeniul patrimoniului cultural în realitățile respective.

S.U. 5.3.2 – Ce tip de date este important să se măsoare/cuantifice: produs, rezultat sau impact

Odată stabilit cadrul, va fi explorată o perspectivă pragmatică asupra modului de măsurare a efectului social al patrimoniului cultural, printr-o viziune generală asupra metodologiilor și instrumentelor de generare a dovezilor, cum ar fi metodele cantitative și calitative, teoria schimbării ca și gândire strategică și sistemele de indicatori posibili (proiectul Cultura 2030) deja dezvoltate în sectorul cultural.

S.U. 5.3.3 – Gestionarea impactului și evaluarea: construirea unui model adaptat

Planificarea unui model de cmpsurare va fi elaborată în funcție de nevoile instituției sau ținând cont dacă proiectul va fi inclus în programul de cuantificare, pentru care se vor selecta, în acest caz, cele mai potrivite instrumente.

UNIT 5.4 | ABORDĂRI ȘI METODOLOGII: MĂSURAREA SUSTENABILITĂȚII ȘI A IMPACTULUI SOCIAL ÎN ORGANIZAȚIILE CULTURALE

Descriere

Măsurarea impactului social este o prioritate pentru organizațiile sociale și pentru investitori. În funcție de instituție și de resursele sale, procesul de măsurare a impactului va fi mai mult sau mai puțin aprofundat. Pasul fundamental în abordarea măsurării impactului este realizarea unei diagnoze inițiale pentru a surprinde starea de fapt a instituției, strategiile și liniile de acțiune ale acesteia. Analiza datelor existente va conduce la concluzii care pot iniția un ciclu de măsurare/cuantificare. Pentru fiecare dintre studiile de caz, se va dezvolta un proiect de măsurare care să aducă valoare adăugată, concentrându-se pe domenii precum ODD, monitorizarea programelor sau tripla linie de rezultate.

Rezultatele învățării

După finalizarea acestei unități, cursantul va fi capabil să:

- **RÎ1** Relaționeze lacunele din management cu oportunitățile și provocările cu care acesta se poate confrunta, prin măsurarea impactului social
- **RÎ2** Organizeze interesele profesionale specifice privitoare la cultura cuantificării, în cadrul unui domeniu de activitate selectat
- **RÎ3** Discute fezabilitatea instrumentelor pentru proiectul sau provocarea selectată

- **RÎ4** Selecteze un proces de măsurare/cuantificare și instrumentele cheie pentru a-l realiza prin intermediul studiului de caz ales
- **RÎ5** Evalueze datele obținute din studiile de caz reale, în încercarea de a obține modele și recomandări.

SUB-UNITĂȚI

S.U. 5.4.1 – Măsurarea sustenabilității: alinierea la ODD-uri

O acțiune aliniată la ODD necesită o metodologie mai inovatoare și mai ad-hoc, în funcție de programul și de obiectivele care urmează să fie evaluate. Aceste organizații vor avea nevoie de o evaluare a impactului din alți parametri și de orientări în cadrul procesului.

S.U. 5.4.2 – Logica de intervenție și indicatori SMART

Instituțiile care au aceste programe sunt cele care au o abordare ce nu ține cont doar de aspectele de mediu, ci și de cele sociale și economice. Pornind de aici, cu aceste obiective, vom lucra pentru a genera diferite dinamici de măsurare a impactului.

S.U. 5.4.3 – Metodologii de monitorizare și evaluare

Metodologiile agile ne permit să adaptăm modul de lucru la condițiile proiectului care urmează să fie măsurat. Acestea vor fi dezvoltate într-un mod flexibil și adaptabil la nevoile instituției, permițând o mai bună evaluare și monitorizare a programelor.



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

EUHeritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage