

# Metodický manuál ke Kurzu inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji.

reg. č.: CZ.1.07/3.2.11/03.0084

FM Consulting s.r.o.  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# ČÁST 0.: Lektorská příprava

## BLOK č. 0.1: Role lektora

**Časová náročnost:** 90 minut.

### Hlavní cíle:

- uvědomit si roli lektora
- udělat si vlastní SWOT analýzu
- vytvořit si rozvojový plán

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Jaké jsou podle vás základní role, dovednosti, vlastnosti, zkušenosti, které by měl lektor mít?

*Forma aktivity:* skupinová práce, prezentace výsledků

*Výsledek:* **pracovní list 1.**

*Závěr:* Účastníci získají informace o „ideálním“ profilu lektora

*Aktivita č.2:* Osobní SWOT analýza – jaké požadavky lektora splňuji, jaké si musím doplnit, doučit se?

*Forma aktivity:* individuální práce, individuální prezentace výsledků

*Výsledek:* individuální plán rozvoje, **pracovní list 2.**

*Závěr:* účastníci si uvědomí, v čem se rozvíjet a vytvoří si „akční plán rozvoje“

## BLOK č. 0.2: Základní aktivity lektora kurzu

**Časová náročnost:** 120 minut

### Hlavní cíle:

- uvědomit si, co vše je „náplní práce“ lektora
- získat informace o některých konkrétních aktivitách
- vyzkoušet si prezentaci

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Co vše je náplní práce lektora („popis pracovního místa“)?

FM Consulting s.r.o.  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

*Forma aktivity:* práce ve dvojicích, prezentace výsledků

*Výsledek:* **pracovní list 3.**

*Závěr:* každý z bodů bude lektorem vysvětlen, budou uvedeny příklady z praxe

*Aktivita č.2:* Jaké jsou zásady lektorské prezentace?

*Forma aktivity:* práce ve skupinách, prezentace výsledků

*Výsledek:* **pracovní list 4.**

*Závěr:* každý z bodů bude lektorem vysvětlen, budou uvedeny příklady z praxe, v souvislosti s tímto bodem je možné probrat i verbální a neverbální komunikaci lektora

*Aktivita č.3:* Jak jsem na tom s vlastní prezentací - pěti až desetiminutová prezentace účastníků.

*Forma aktivity:* individuální prezentace, zpětná vazba od ostatních, zhlédnutí videozáznamu

*Výsledek:* každý účastník získá zpětnou vazbu (**pracovní list 5.**) - a dostane svoji prezentaci na CD

*Závěr:* lektor organizuje prezentace, natáčí na kameru a také dává zpětnou vazbu

## **BLOK č. 0.3 : Účastníci semináře, jak s nimi pracovat**

**Časová náročnost:** 90 minut

### **Hlavní cíle:**

- uvědomit si, jací účastníci mohou navštívit seminář
- připravit se na potenciální konfliktní situace

### **Aktivita vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1:* V čem se liší očekávání účastníků semináře?

*Forma aktivity:* diskuze, výklad lektora

*Výsledek:* **pracovní list 6.**

*Závěr:* Jednotlivé typy budou lektorem vysvětleny, účastníci si mohou vyplnit dotazník pro zjištění svého typu

*Aktivita č. 2: Problémové typy účastníků.*

*Forma aktivity: práce ve dvojicích, prezentace výsledků, výklad*

*Výsledek: pracovní list 7.*

*Závěr: Lektor s účastníky probere způsob zacházení s jednotlivými typy – cílem je předcházení konfliktům.*

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# ČÁST I.: Inovační techniky v cestovním ruchu

## BLOK č.1.1: Inovace.

**Časová náročnost:** 60-90 minut

### Hlavní cíle:

- ujasnit si termín inovace
- propojit termín inovace s konkrétními realizacemi účastníků
- zajistit znalostní platformu účastníků o inovačních aktivitách v cestovním ruchu

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Pokuste se vypsát co nejvíce inovací v cestovním ruchu, které vás napadnou. Pokuste se napsat definici(e) inovace.

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:*

Účastníci prezentují svoje nebo cizí inovace v cestovním ruchu. Také přečtou svoje definice inovací.

**Na základě výsledků skupin bude následovat výklad o tom, co je:**

- obecně inovace
- produktová inovace
- procesní inovace
- marketingová inovace
- organizační inovace

### Viz. pracovní list 8.

*Závěr:* účastníci v závěru bloku proberou výstupy ze své skupinové aktivity a zamyslí se nad tím, jaký druh inovací popsali

## BLOK č. 1.2: Inovativní jedinec.

**Časová náročnost:** 90 minut

FM Consulting s.r.o.  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Hlavní cíle:

- uvědomit si schopnosti a dovednosti vedoucí ke kreativitě a inovativnosti
- uvědomit si, co u sebe posílit pro rozvoj vlastní inovativnosti

## Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Jaké má schopnosti a dovednosti, osobnost a temperament inovativní jedinec?

*Forma aktivity:* práce ve skupinách, prezentace výsledků, výklad lektora

*Výsledek:* **pracovní list 9.**

*Závěr:*

- jednotlivé schopnosti lektor prezentuje a uvádí příklady
- zdůrazní i „stinnou“ stránku inovativních jedinců
- s účastníky zrealizuje několik příkladů např. na fluenci, originalitu, elaboraci aj.

## BLOK č. 1.3: Inovativní myšlení a jeho rozvíjení – bourání bariér.

**Časová náročnost:** 90 minut

## Hlavní cíle:

zjistit jaké bariéry nám blokují inovativní myšlení

na cvičeních si ověřit vlastní bariéry

zamyslet se nad bariérami inovací ve své oblasti

## Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Jaké bariéry nám blokují inovace?

*Forma aktivity:* výklad lektora se zapojováním účastníků, úlohy na bariéry (spojování devíti koleček, „cihla“, míček v trubce, aj.)

*Výsledek:* **pracovní list 10.**

*Závěr:* účastníci si uvědomí množství bariér – zjistí si svoje bariéry ve cvičeních, která jsou na to zaměřena

## BLOK č. 1.4: Techniky pro rozvoj inovací.

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Časová náročnost:** 180 minut

**Hlavní cíle:**

- informovat o různých technikách pro rozvoj inovací
- vyzkoušet si některé techniky
- promyslet si, jak využijí techniky ve své praxi

**Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1:* Vysvětlení individuálních a skupinových inovačních technik

*Forma aktivity:* výklad lektora, uvádění příkladů, diskuze s účastníky

*Výsledek:* **pracovní list 11.**

*Závěr:* účastníci získají informace pro další praktickou aktivitu

*Aktivita č.2:* Vyzkoušení si technik rozvoje inovací.

*Forma aktivity:* individuální a skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* každý účastník si vybere jednu techniku z pracovního listu 11., znovu nastuduje její základy a vyzkouší se skupinou na konkrétním problému

*Závěr:* účastníci si osvojí techniky rozvoje inovací a vyzkouší si jejich aplikaci včetně moderování aktivity

**BLOK č. 1.5: Případové studie Detěnice (pracovní list 12.), Makový turismus (pracovní list 13.), Jeden den vinařem + Rožmberský rok (pracovní list 14.)**

**Časová náročnost:** 120 minut

**Hlavní cíle:**

- na konkrétních projektech si uvědomit inovace v cestovním ruchu
- vypsát jednotlivé inovace z případových studií
- najít inspiraci pro vlastní praxi

**Aktivity vedoucí k cíli:**

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

*Aktivita č.1:* Analýza případové studie (z internetových zdrojů nebo z tištěné formy) – „najděte v případových studiích všechny inovace, nápady a inspirace, vypište je do seznamu“

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* účastníci vypíší a připraví si diskuzi nad inovacemi, nápady a inspiracemi

*Závěr:* výstupy skupin budou „odrazovým můstkem“ pro jejich další aktivitu

*Aktivita č.2 :* Co mohu využít ve své praxi?

*Forma aktivity:* individuální aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* každý účastník semináře si „odnáší“ konkrétní cíle a úkoly do své praxe

*Závěr:* lektor shrne celý blok a zdůrazní důležitost dále pracovat na realizaci konkrétních výstupů



# ČÁST II.: Marketing a propagace produktů/služeb v cestovním ruchu.

## BLOK č. 2.1: Marketing v cestovním ruchu

Časová náročnost: 120 minut

### Hlavní cíle:

- naučit se, co vše řeší marketing
- zjistit, co vše využívají účastníci ve své oblasti
- zjistit, co je marketingový mix

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Co pro vás znamená pojem marketing v turistickém ruchu?

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* účastníci vytvoří seznam marketingových činností a srovnají výsledek s - **pracovní listem 15.**

*Závěr:* lektor doplní seznam, vysvětlí pojmy, propojí s turistickým ruchem (uvede příklady), seznam je východiskem pro další aktivitu

*Aktivita č.2:* Jaké marketingové činnosti realizujete ve své oblasti? S jakou úspěšností? Co by se dalo vylepšit?

*Forma aktivity:* individuální práce, prezentace výsledků, diskuze

*Výsledek:* účastníci si vymění zkušenosti a získají náměty

*Závěr:* výsledky jsou podkladem pro další aktivitu

*Aktivita č.3 :* Marketingový mix

*Forma aktivity:* výklad lektora se zapojováním účastníků

*Výsledek:* vysvětlení koncepcí - **pracovní list 16.** (viz. kapitola II, str. 3-5)

*Závěr:* další doplnění informací k aktivitě 2, náměty a inspirace pro účastníky

## BLOK č. 2.2 : Internetové nástroje marketingu v cestovním ruchu

Časová náročnost: 120 minut

FM Consulting s.r.o.  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Hlavní cíle:

- uvědomit si trendy v marketingu cestovního ruchu
- zjistit současné možnosti
- inspirovat se a hledat možnosti pro svoji oblast

## Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1* : Jaké internetové nástroje využíváte a s jakým efektem?

*Forma aktivity*: Účastníci mají možnost prezentovat vlastní webové stránky, profily na Facebooku aj.

*Výsledek*: výstupy od účastníků, zpětná vazba od ostatních

*Závěr*: lektor prezentuje další možnosti a uvádí příklady využití - **pracovní list 17.**

*Aktivita č.2* : Co mohu využít a jak ve své oblasti?

*Forma aktivity*: individuální aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek*: konkrétní kroky využití internetových nástrojů (např. zřízení firemního profilu na Facebooku, blogy, aj.)

*Závěr*: účastníci si odnášení náměty pro využití internetových nástrojů ve své oblasti turistického ruchu

## BLOK č. 2.3: Marketingový průzkum

**Časová náročnost**: 45 minut

## Hlavní cíle:

- informace o možnostech marketingového průzkumu
- sdílení zkušeností účastníků
- inspirace do budoucna

## Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1*: Co je součástí marketingového průzkumu? Jaké jsou vaše zkušenosti?

*Forma aktivity*: výklad lektora se zapojováním účastníků

*Výsledek*: sdílená zkušenost, náměty, možnosti

*Závěr:* účastníci si do svého akčního plánu zapíší náměty

## **BLOK č. 2.4 : Případová studie – Heritageisland (pracovní list 18.), Lipno baví celou rodinu (pracovní list 19.)**

**Časová náročnost:** 120 minut

### **Hlavní cíle:**

- zmapovat marketingové nástroje konkrétních projektů
- diskutovat o reálnosti nástrojů ve své praxi
- získat další inspirace pro svoji práci

### **Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č. 1:* Přečtěte si z dostupných zdrojů (texty, internet) vše o projektu a vypište všechny marketingové nástroje použité pro propagaci a realizaci projektu

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* výpis různých marketingových nástrojů z konkrétní případové studie

*Závěr:* diskuze, hledání možností využití, individuální prezentace účastníků o využití v jejich oblasti

# ČÁST III.: Tvorba produktu/služeb v cestovním ruchu

## BLOK č. 3.1: Tvorba/změna produktu

Časová náročnost: 90 minut

### Hlavní cíle:

- uvědomit si, že produkty v cestovním ruchu je třeba stále inovovat
- zjistit jaké vlivy působí na změny produktu v cestovním ruchu
- analyzovat vlastní produkty

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Jaké vlivy působí na vznik nového a změnu stávajícího produktu cestovního ruchu?

*Forma aktivity:* výklad lektora se zapojováním účastníků

*Výsledek:* příspěvky účastníků, výstupy z textů - **pracovní list 20**.

*Závěr:* účastníci se zamyslí nad tím, jaké vlivy působí především na jejich produkty

*Aktivita č.2:* Jak se dá změnit produkt? Jaké jsou možnosti a postupy?

*Forma aktivity:* skupinová aktivita (brainstorming?), prezentace výsledků, lektor doplní (**pracovní list 21**).

*Výsledek:* skupina nápadů pro změnu produktu

*Závěr:* produkt cestovního ruchu lze měnit různými změnami

## BLOK č. 3.2: Proces a postup při tvorbě produktu či služby

Časová náročnost: 210 minut

### Hlavní cíle:

- získat informace o procesu a postupu při tvorbě a změně produktu
- použít nástroj SWOT

FM Consulting s.r.o.  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- vytvořit si projekt změny produktu

### **Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1 : Sedm procesních kroků*

*Forma aktivity:* výklad lektora se zapojováním účastníků

*Výsledek:* **pracovní list 22.** (viz. kapitola III, str. 3-7)

*Závěr:* lektor jednotlivé body procesu rozvíjí, uvádí příklady, ptá se účastníků po jejich zkušenostech

*Aktivita č.2: SWOT analýza*

*Forma aktivity:* individuální aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* každý účastník zpracuje svoji SWOTku - **pracovní list 23.** - a tu prezentuje ostatním, ostatní se ptají, vyjadřují své názory a náměty

*Závěr:* účastníci získají konkrétní produkt a náměty pro rozvoj inovací ve své oblasti

*Aktivita č.3: Základy definování projektů a projektového řízení*

*Forma aktivity:* výklad lektora - **pracovní list 24.** (viz. kapitola III, str. 5-7 - podrobně) se zapojováním účastníků (alternativou je prezentace konkrétních projektů cestovního ruchu účastníky nebo lektorem)

*Výsledek:* účastníci si zkusí vytvořit vlastní projekt změny a v krátkosti ho prezentují ostatním

*Závěr:* účastníci jsou schopni nápady zrealizovat pomocí projektového řízení

## **BLOK č. 3.3: Specifičnost produktů a služeb cestovního ruchu**

**Časová náročnost:** 90 minut

### **Hlavní cíle:**

- uvědomit rozdíl služeb v cestovním ruchu od služeb ostatních
- získat informace o u nás zavedené rozdělení produktů a služeb
- uvědomit si budoucí trendy v oblasti

### **Aktivity vedoucí k cíli:**

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

*Aktivita č.1:* V čem je turistický ruch specifický? Jaké poskytuje produkty?

*Forma aktivity:* diskuze s účastníky, zapisování výsledků na flipchart

*Výsledek:* inspirace - **pracovní list 25.**

*Závěr:* účastníci si uvědomí, že jsou součástí lokálních popř. globálních produktů, získají inspirace pro větší zapojení do různých produktů – tyto inspirace budou mezi sebou sdílet (každý sdělí, co chce změnit)

*Otázka č.2:* Jaké jsou trendy v cestovním ruchu a jak na ně reagovat?

*Forma aktivity:* výklad lektora (vždy řekne heslo-nadpis), účastníci se k tomu budou vyjadřovat

*Výsledek:* **pracovní list 26.**

*Závěr:* účastníci si promyslí, jak na trendy reagovat a tento svůj výstup budou prezentovat

### **BLOK č. 3.4: Případová studie SWOT, PRODUKT -pracovní list 27. + pracovní list 28.**

**Časová náročnost:** 90 minut

#### **Hlavní cíle:**

- prostudovat SWOT analýzu hotelu (**pracovní list 27.**)
- diskutovat o různých produktech v kontextu +/- (**pracovní list 28.**)

#### **Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1:* Účastníci se rozdělí do dvou skupin a každá řeší obě případové studie

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* je již obsažen v případových studiích + další náměty účastníků

*Závěr:* případové studie vedou k inspiracím, které si účastníci zapíší do svých akčních plánů

# ČÁST IV.: Jak vytvořit produkt/službu vstřícnou pro turistu

## BLOK č. 4.1: Charakteristika služby/produktu, který je vstřícný pro turistu.

**Časová náročnost:** 180 minut

### Hlavní cíle:

- uvědomit si pojem vstřícná služba/produkt
- uvědomit si, co vše může motivovat klienta v turistickém ruchu
- uvědomit si, co jsou to očekávané standardy služby
- vylepšit z hlediska „vstřícnosti“ svůj vlastní produkt a službu

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Jaké jsou charakteristiky vstřícného produktu nebo služby? Co je to prozákaznické chování? (obecně dobré služby a produktu)

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků

*Výsledek:* **pracovní list 29.**

*Závěr:* účastníci si uvědomí, co sami očekávají od služeb a produktů a porovnají tyto charakteristiky se svým produktem a službou

*Aktivita č.2 :* Služba a produkt jako akt uspokojování potřeb

*Forma aktivity:* lektor promítne pyramidu a nechá účastníky ve dvojicích (nebo skupinách) vymýšlet, jaké činnosti, aktivity a charakteristiky produktu nebo služby mohou uspokojit potřeby klienta, následuje shrnutí, další výklad lektora (uvedení příkladů z **pracovního listu 30.**) se zapojováním účastníků

*Výsledek:* **pracovní list 30.** - pyramida potřeb Maslowa je vztažena na uspokojování potřeb v cestovním ruchu.

*Závěr:* účastníci získají opět další podněty pro zlepšení služby nebo produktu

*Aktivita č.3 :* Definování vstřícné služby na základě standardů služby

*Forma aktivity:* výklad lektora se zapojováním účastníků, u každého standardu si účastníci sami odpovědí na otázky v textu uvedené, diskutují ve skupině možnosti realizace změn, vzájemně se inspirují.



**Výsledek: pracovní list 31.**

**Závěr:** účastníci získají opět další podněty pro zlepšení služby nebo produktu

## **BLOK č. 4.2: Případová studie KEMP - pracovní list 32.**

**Časová náročnost:** 90 minut

### **Hlavní cíle:**

- uvědomit si standardy služby v reálném produktu cestovního ruchu
- vyvolat diskuze nad možnostmi zlepšování služby
- získat další inspirace pro vlastní službu

### **Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1:* Analýza případové situace a diskuze nad vydefinovanými otázkami.

*Forma aktivity:* účastníci si individuálně pročtou případovou studii, poté ve skupině prohodí zadané otázky.

Alternativou může být pouze otázka, kterou řeší účastníci ve skupinách: Jak si myslíte, že se mohou zlepšit standardy služeb našich kempů, aby byly stejně atraktivní jako zahraniční?

Po diskuzi ve skupině se proberou standardy z **pracovního listu 32.**

**Výsledek: pracovní list 32.**

**Závěr:** účastníci získají opět další podněty pro zlepšení služby nebo produktu – lektor připomene, že změna k lepšímu nemusí být nutně finančně náročná ☺ (je to totiž častá námitka poskytovatelů ve všech službách)



# ČÁST V.: Zelený cestovní ruch

## BLOK č. 5.1: Co je to zelený cestovní ruch

**Časová náročnost:** 180 minut

### Hlavní cíle:

- uvědomit si, co vše je zahrnuto v pojmu zelený cestovní ruch
- uvědomit si výhody a nevýhody této formy produktu a služby v cestovním ruchu
- uvědomit si pojem „udržitelnost“

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Co vše si lze představit pod pojmem zelený cestovní ruch? Jaké turistické aktivity do ní patří?

*Forma aktivity:* diskuze účastníků, lektor zapisuje na flipchart výstupy, účastníci prezentují svoje aktivity, které patří do tohoto sektoru, na závěr je možné si prohlednout webové stránky uvedené na konci **pracovní listu 33**.

*Výsledek:* **pracovní list 33**.

*Závěr:* účastníci semináře si uvědomí, co se jich osobně týká v jejich oblasti působení

*Aktivita č.2 :* Jaké jsou výhody a nevýhody zeleného cestovního ruchu?

*Forma aktivity:* analýza případové studie **pracovní list 34**. Skupinová aktivita, prezentace výsledků.

*Výsledek:* na základě analýzy konkrétní případové studie jsou specifikovány výhody/nevýhody zeleného cestovního ruchu

*Závěr:* účastníci si uvědomí výhody a nevýhody zeleného cestovního ruchu a budou to brát v úvahu při svých inovacích

*Aktivita č.3 :* Co je „udržitelnost“ v rámci cestovního ruchu.

*Forma aktivity:* lektor využije příklady z praxe **pracovní list 35**. (příklad z Dublinu), vyzve účastníky k prezentaci jejich podobných zkušeností

*Výsledek:* **pracovní list 36**. – vysvětlení pojmu udržitelnosti

*Závěr:* účastníci se zamyslí o své udržitelnosti v budoucnosti a náměty si napíší do svého akčního plánu.

*Aktivita č.4 :* Organizace, které se zabývají cestovním ruchem

*Forma aktivity:* prezentace organizací lektorem **pracovní list 37.**, diskuze s účastníky nad využitelností (jaká je spolupráce, kdo jak pomáhá, co využít, na co dát pozor atd.), účastníci mají prostor pro samostatné pročtení webových stránek – následuje diskuze

*Výsledek:* účastníci si předají informace a zkušenosti

*Závěr:* výstupy slouží jako inspirace pro rozvoj vlastního produktu a služby

## **BLOK č. 5.2: Případové studie ZELENÁ TURISTIKA - pracovní list 38.**

**Časová náročnost:** 60 minut

### **Hlavní cíle:**

- analýza konkrétních produktů zeleného ruchu
- analýza udržitelnosti produktů
- inspirace pro vlastní inovace

### **Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1 :* Společně u obou případových studií jsou řešeny tyto otázky:

1. Co je hlavním cílem produktu?
2. Jaké skupiny klientů mohou produkty oslovit?
3. Jaká je udržitelnost produktů?
4. Kde vidíte příležitosti do budoucnosti?
5. Jaké jsou hrozby?
6. Co si osobně z případových studií odnáším jako inspiraci?

*Forma aktivity:* individuální aktivita, skupinová aktivita, prezentace výsledků, diskuze

*Výsledek:* je obsažen v případových studiích

*Závěr:* účastníci si odnášejí další inspiraci pro inovace

# ČÁST VI.: Procesy, postupy a dobrá praxe při dosahování rovných příležitostí ve službách a produktech ČR.

## BLOK č. 6.1: Rovné příležitosti v turistickém ruchu

Časová náročnost: 120 minut

### Hlavní cíle:

- uvědomit si trendy v oblasti rovných příležitostí
- uvědomit si, kdo patří ke skupinám znevýhodněných klientů
- naučit se komunikovat a chovat se k znevýhodněným klientům

### Aktivity vedoucí k cíli:

*Aktivita č.1:* Jaké existují skupiny znevýhodněných v turistickém ruchu?

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků, diskuze

*Výsledek:* **pracovní list 39.**

*Závěr:* trendem je zaměřit se i na tyto skupiny a připravit pro ně podmínky

*Aktivita č.2:* Pravidla pro práci se znevýhodněnými klienty (pravidla chování, uzpůsobení fyzických podmínek)

*Forma aktivity:* výklad lektora se zapojováním účastníků

*Výsledek:* **pracovní list 40.**

*Závěr:* uvědomění si specifčnosti služby pro znevýhodněné klienty, námět na proškolení personálu v této oblasti

*Aktivita č.3:* Výhody segmentu znevýhodněných klientů

*Forma aktivity:* diskuze s účastníky, lektor vypisuje výhody na flip, snaží se od účastníků získat jejich zkušenosti

*Výsledek:* výstupy na flipchartu, **pracovní list 41.**

*Závěr:* inovační podněty si účastníci zapíší do svých akčních plánů a prezentují ostatním

## BLOK č. 6.2: Případové studie ZNEVÝHODNĚNÝ - pracovní list 42.

FM Consulting s.r.o.  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Časová náročnost:** 60 minut

**Hlavní cíle:**

- inspirace pro vlastní inovace
- sdílení zkušeností

**Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1:* Analýza jednotlivých případových studií vzhledem k tématu znevýhodněných skupin.

Účastníci řeší otázky:

1. Co vás zaujalo?
2. Co byste navrhovali dělat jinak?
3. Jaké inspirace vám případové studie přinesly?

*Forma aktivity:* skupinová aktivita, prezentace výsledků, diskuze

*Výsledek:* výpis výstupů na flipchartu

*Závěr:* inspirace pro účastníky

**BLOK č. 6.3: Ukončení semináře, zpětné vazby, návazné aktivity**

**Časová náročnost:** 60 minut

**Hlavní cíle:**

- rekapitulace cílů kurzu
- rekapitulace obsahu kurzu
- zhodnocení kurzu účastníky

**Aktivity vedoucí k cíli:**

*Aktivita č.1 :* Rekapitulace cílů a obsahu kurzu

*Forma aktivity:* prezentace lektora

*Výsledek:* souhrn bloků, oživení obsahu

*Závěr:* kurz je odrazovým můstkem k reálným aktivitám

*Aktivita č.2 :* Zpětné vazby od účastníků, vyplnění formuláře

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

*Forma aktivity:* individuální aktivita, prezentace zpětné vazby, vyplnění formuláře hodnocení kurzu **pracovní list 43**.

*Výsledek:* výstupy napsané na flipu, dotazníky

*Závěr:* poděkování účastníkům, předání certifikátů, úplný závěr - raut☺

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Knižní publikace:

Tourism and Innovation, Michael C. Hall , Williams Allan, 280 s., ISBN 978-0415414043

Innovation and Growth in tourism, Kolektiv autorů, OECD, ISBN 92-64-02501-4

Marketing Innovations for Sustainable Destinations, Alan Fyall, Metin Kozak, Luisa Andreu, Juergen Gnoth, Sonja Sibila, ISBN: 978-1-906884-05-5

Networks for Innovation in Sustainable Tourism: Case Studies and Cross-Case Analysis, Janne J Liburd, Jack Carlsen & Deborah Edwards, ISBN: 978-0-7346-1151-2

Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor- A review of experience, Caroline Ashley, Dilys Roe and Harold Goodwin, ISBN 0 85003 522 8

Ecotourism 3rd edition, David Fennell, ISBN 987-0-415-42931-3

Environment and tourism, Andrew Holden, ISBN 978-0-415-39954-8

Creativity in Product Innovation, Jacob Goldenberg, David Mazursky, ISBN 0521 800897

Mastering the Dynamics of Innovation, James M. Utterback, ISBN 0-87584-342-5

Accessible Tourism- Concepts and Issues, Dimitrios Bulharis and Simon Darcy, Great Britain, 2011, ISBN: 13-987-1-84541-160-2

## Internetové zdroje:

- [www.banat.cz](http://www.banat.cz)
- <http://www.czechtourism.cz/>
- [www.heritageisland.com](http://www.heritageisland.com)
- <http://www.cykloserver.cz>
- [www.detenice.cz](http://www.detenice.cz)
- <http://www.heritage-trails.cz/>
- [www.lipnoservis.cz](http://www.lipnoservis.cz)
- <http://www.prazdninynavenkove.cz/>
- [www.stezkakorunamistromu.cz](http://www.stezkakorunamistromu.cz)
- <http://www.stezky.cz>
- <http://www.stezky-dedictvi.cz/>
- <http://www.kct.cz/cms/turistika-pro-vsechny>

**FM Consulting s.r.o.**  
Na Čihadle 55  
160 00 Praha 6  
IČ 27895718



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ