



# E- PRIROČNIK ZA MENTORJE



## GEOTOURS GUIDES

IZBOLJŠANJE KOMPETENC TURISTIČNIH VODNIKOV  
IN AGENTOV V GEOTURIZMU IN GRADNJI BLAGOVNE  
ZNAMKE



Ta priročnik ponuja splošne smernice in priporočila glede izboljšanja usposobljenosti turističnih vodnikov in agentov v geoturizmu in gradnji blagovne znamke prek pobude Geo-Tours Guides. Informacije in nasveti, predstavljeni tukaj, vključno z e-priročnikom za mentorje, so namenjeni samo v informativne namene in se ne smejo obravnavati kot nadomestilo za strokovne nasvete ali posebne lokalne predpise v zvezi z upravljanjem turizma.



**Funded by the  
European Union**

# E-PRIROČNIK ZA MENTORJE

GEO-TOURS GUIDES: ENHANCEMENT OF TOUR GUIDES AND AGENTS'  
COMPETENCES ON GEOLOGICAL TOURS AND BRAND BUILDING  
KA220-VET-C61E72C8 - Cooperation partnerships in vocational education and  
training

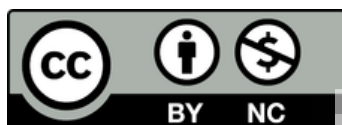


**Funded by the  
European Union**

Financira Evropska unija. Podpora Evropske komisije za izdelavo te publikacije ne pomeni odobritve vsebine, ki odraža samo stališča avtorjev, zato Komisija ne more biti odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih publikacija vsebuje.

## **Avtorji:**

Ecole Supérieure du Commerce Extérieur  
STANDO LTD  
Stowarzyszenie Kaczawskie  
Zavod Tovarna trajnostnega turizma Ljubljana  
Mediterranean Pearls APS  
International Sustainable Development Initiatives (I.S.D.I.) Group - Limited



Geo-Tours Guides by Geo-Tours Guides Consortium is licensed under CC BY-NC 4.0.



MEDITERRANEAN  
PEARLS®



# KAZALO

## 1. UVOD

## 2. NAMEN IN CILJI E-PRIROČNIKA

## 3. KRMARJENJE PO E-PRIROČNIKU

## 4. STRUKTURA IN UČNI IZIDI USPOSABLJANJA

- **POGLAVJE 1: Temelji geoturizma in trajnostnega turizma**
- **POGLAVJE 2: Strategije digitalnega trženja za turistične vodnike in agente**
- **POGLAVJE 3: Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu**

## 5. PROGRAM USPOSABLJANJA

### 5.1 POGLAVJE 1: Temelji geoturizma in trajnostnega turizma

#### 5.1.1 MODUL 1: Geoturizem

#### 5.1.2 MODUL 2: Pomen geologije

#### 5.1.3 MODUL 3: Geoturizem & družbeno okolje

#### 5.1.4 MODUL 4: Ekologija & geologija

#### 5.1.5 MODUL 5: Okolju prijazni turisti

#### 5.1.6 MODUL 6: Geoturizem & trajnost

## **5.2 POGLAVJE 2: Strategije digitalnega trženja za turistične vodnike in agente**

### **5.2.1 MODUL 1: Načrtovanje in izdelava spletnih strani**

### **5.2.2 MODUL 2: Trženje na družbenih omrežjih**

### **5.2.3 MODUL 3: Optimizacija za iskalnike (SEO)**

### **5.2.4 MODUL 4: Email marketing**

## **5.3 POGLAVJE 3: Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu**

### **5.3.1 MODUL 1: Tehnike komunikacije na terenu**

### **5.3.2 MODUL 2: Tehnike prepoznavanja vzorcev**

### **5.3.3 MODUL 3: Izobraževalne igre in dejavnosti**

## **6. PLATFORMA ZA E-UČENJE**

## **7. VIRI**



# 1. UVOD

## PROJEKT GEO TOURS GUIDES

Turizem je dinamična panoga, ki je zelo dovzetna za vpliv različnih sprememb, kot so gospodarski premiki, okoljski dejavniki in globalni dogodki, ki lahko pomembno vplivajo na potovalne vzorce in dinamiko industrije. Trajnostni in odgovorni turizem, pri čemer popotniki iščejo okolju prijazna in kulturno zanimiva doživetja, dobiva vse večji pomen in predstavlja enega od pomembnejših trendov po pandemiji Covid-19. Geoturizem je ena od alternativnih vrst podeželskega turizma, ki pritegne zanimanje vedno večjega števila turistov. Spreminjajoče se želje strank spodbujajo turistične vodnike in agente, da oblikujejo nove turistične produkte z uvajanjem lokalno raznolikih in prilagojenih turističnih rešitev.

Turistični vodniki igrajo ključno vlogo pri povezovanju popotnikov z različnimi kulturami, naravnimi čudesi in zgodovinskimi zanimivostmi po vsem svetu. Služijo kot "ambasadorji", ki dopolnjujejo in izboljšujejo izkušnjo obiskovalcev z boljšim vpogledom v dotično zanimivost oziroma destinacijo, kontekst in strokovnim znanjem. Zagotavljajo globlje razumevanje destinacij, spodbujajo spoštovanje kulture in okoljsko ozaveščenost. Pristen lokalni značaj in okolju prijazen pristop je tisto doživetje, ki ga dandanes iščejo turisti.

Namen projekta Geo Tours Guides je obogatitev strokovnega znanja turističnih vodnikov, tistih, ki se izobražujejo za turistične vodnike in turističnih agentov na področju geoturizma, marketinga in brandinga. Namen projekta je povečati kompetence javnih in zasebnih subjektov v turističnem sektorju ter jim omogočiti razvoj in promocijo te posebne oblike tematskega turizma v regiji.

### **Posebni cilji projekta so:**

- Oblikovanje novega programa usposabljanja za turistične vodnike, tiste, ki se izobražujejo za turistične vodnike in turistične agente za pridobitev strokovnega znanja o geoloških tematskih turah.
- Razvoj veščin povezanih z blagovno znamko (tj. digitalno trženje in trženje na družbenih omrežjih, splošne digitalne veščine, mreženje itd.), z namenom spodbujanja trženja in gradnje blagovne znamke turističnih vodnikov in agencij.
- Okrepitev in širitev kompetenc na področju geologije poleg njihovega osnovnega usposabljanja in izobraževanja.
- Obogatitev portfelja potovanj s kakovostnimi in unikatnimi izleti, ki temeljijo na trenutnih trendih preferenc kupcev glede turizma v naravi.

## 2. NAMEN IN CILJI E-PRIROČNIKA

Tečaj usposabljanja za vodnike je prilagojen turističnim vodnikom, ambicioznim študentom turističnega vodenja in turističnim agencijam, ki želijo izboljšati svoje strokovno znanje o geoturizmu in izboljšati blagovno znamko svojih geoloških tur. Tečaj se osredotoča na izpopolnjevanje bistvenih veščin, kot je spletna gradnja prepoznavnosti blagovne znamke geoloških tur in učinkovito trženje, izpostavlja specifikke geoloških poti in ponuja poglobljene teoretične vpogleda skozi študije primerov.

Za lažji proces usposabljanja je bil pripravljen poseben e-priročnik za usposabljanje. Primarni cilj tega e-priročnika je ponuditi celovit in pedagoški pristop k usposabljanju za vodnike "Geo-Tours", ki je namenjen mentorjem, izobraževalcem in različnim deležnikom v turistični industriji.

### **Ključni cilji e-priročnika so:**

- Opolnomočenje mentorjev in učiteljev z izobraževalnim gradivom: Namen e-priročnika je opolnomočiti mentorje in inštruktorje ter jih opremiti z izobraževalnimi viri in gradivi za izboljšanje spretnosti gradnje blagovne znamke za turistične vodnike, ter zagotavljanje strokovnega znanja na področju geoloških tematskih tur.
- Inovativne strategije poučevanja in učenja: Namen e-priročnika je povečati kompetence mentorjev pri izvajanju učinkovitih programov usposabljanja o tematiki. Da bi to dosegli, poudarjamo sprejemanje inovativnih strategij poučevanja in učenja. Te strategije ne bodo samo naredile učnega procesa privlačnega in dinamičnega, temveč bodo mentorjem omogočile, da bodo tečaje vodili z visoko stopnjo učinkovitosti.

E-priročnik je zasnovan kot vir, ki mentorjem, inštruktorjem in turističnim strokovnjakom omogoča enostavno podajanje informacij, hkrati pa spodbuja globlje razumevanje in poznavanje geoloških turističnih produktov ter osnovnih pristopov gradnje prepoznavnosti blagovne znamke.

E-priročnik o izvajanju usposabljanja zagotavlja dolgoročno učinkovitost usposabljanja in platforme za zainteresirane deležnike. Ponuja uporabniku prijazen in obsežen vir, ki nudi praktične vpogleda v podporo mentorjem pri samostojnem izvajanju modelov tečajev usposabljanja.

Ta e-priročnik je na voljo v angleškem, slovenskem, francoskem, grškem, italijanskem, poljskem in malteškem jeziku.

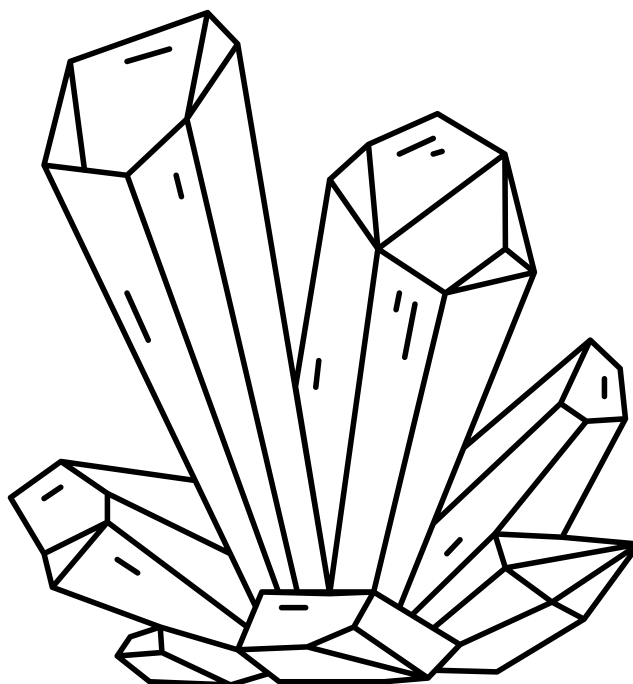
## 3. KRMARJENJE PO E-PRIROČNIKU

**Ta priročnik je razdeljen na tri glavne vsebinske sklope:**

STRUKTURA IN UČNI IZIDI USPOSABLJANJA. Ta del daje pregled strukture tečaja usposabljanja, vsebin, zajetih v modulih, in učnih izidov vsakega dela tečaja usposabljanja.

TEČAJ USPOSABLJANJA. Drugi del opisuje module, ki jih sestavljajo tri poglavja. Vključuje učne cilje in izide za posamezen modul ter praktične primere. Poleg tega so na koncu vsakega razdelka vključeni nasveti o podajanju vsebine in preverjanju znanja učencev.

PLATFORMA ZA E-UČENJE. Zadnji del predstavlja funkcije spletne platforme za usposabljanje, kjer lahko učenci samostojno opravijo tečaj v svojem tempu in rešijo kviz, s katerim preverijo svoje znanje.





## 4. STRUKTURA IN UČNI IZIDI USPOSABLJANJA

Tečaj usposabljanja je razdeljen na tri sklope, ki ponujajo celostno učno izkušnjo. Vsak sklop je sestavljen iz več modulov. Skupaj pripravljajo študente na uspeh v razvijajoči se turistični industriji, ki združuje geoturizem in digitalno trženje.

### POGLAVJE 1: Temelji geoturizma in trajnostnega turizma

#### TEORETIČNE OSNOVE V GEOTURIZMU

Izpostavlja osnovne pojme geoturizma s poudarkom na načelih, konceptih in praksah trajnostnega turizma v kontekstu geološke in kulturne dediščine.

#### UČNI IZIDI

- 1 - Prepoznati odgovorno vedenje turistov z upoštevanjem etičnih smernic, čim manjšim vplivom na okolje ter spoštovanjem lokalne kulture in tradicije.
- 2 - Izmeriti in oceniti gospodarske vplive geoturizma ob upoštevanju dejavnikov, kot so ustvarjanje delovnih mest, ustvarjanje dohodka in splošna gospodarska blaginja skupnosti.
- 3 - Spodbujati in zagovarjati načela geoturizma, s poudarkom na trajnostni rabi in ohranjanju geoloških in kulturnih dobrin.
- 4 - Učinkovita interpretacija in izobraževanje turistov, zagotavljanje informacij o geološkem in kulturnem pomenu destinacije ter spodbujanje globljega razumevanja lokalnega okolja.
- 5 - Aktivno sodelovanje z lokalnimi skupnostmi, spodbujanje njihovega sodelovanja v procesih odločanja in zagotavljanje, da so turistične pobude usklajene z vrednotami in prednostnimi nalogami skupnosti.

#### STRUKTURA

- Modul 1: Geoturizem
- Modul 2: Pomen geologije
- Modul 3: Geoturizem & družbeno okolje
- Modul 4: Ekologija & geologija
- Modul 5: Okolju prijazni turisti
- Modul 6: Geoturizem & trajnost

## POGLAVJE 2: Strategije digitalnega trženja

### VEŠČINE DIGITALNEGA TRŽENJA

Osredotoča se na veščine digitalnega trženja za turistične vodnike in agente, vključno z ustvarjanjem spletnih strani, družbenimi mediji, optimizacijo za iskalnike in trženjem po e-pošti.

### UČNI IZIDI

- 1 - Razumeti vlogo različnih digitalnih veščin pri gradnji verodostojnosti in zaupanja blagovne znamke.
- 2 - Razumeti osnove razvoja spletnih strani, vključno s postavljanjem ciljev, izbiro platforme, vsebinsko strategijo in optimizacijo iskalnikov.
- 3 - Pridobitev znanja o načelih trženja na družbenih omrežjih in razvoju strategije trženja.
- 4 - Pridobitev praktičnih veščin pri ustvarjanju ciljanih e-poštnih kampanj, prilagojenih geoturizmu.
- 5 - Povezati veščine razvoja spletne strani, trženja na družbenih omrežjih in strategije trženja po e-pošti za učinkovito promocijo geoturizma.

### STRUKTURA

- Modul 1: Načrtovanje in izdelava spletnih strani
- Modul 2: Trženje na družbenih omrežjih
- Modul 3: Optimizacija za iskalnike
- Modul 4: Trženje preko e-pošte

## POGLAVJE 3: Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu

### GEOTURIZEM V PRAKSI

Poudarja učenje s praktičnim delom, vključno s komunikacijo na terenu, zbiranjem vzorcev in izobraževalnimi dejavnostmi, z namenom izboljšanja komunikacijskih veščin študentov ter jim omogoča, da turistom zagotovijo bogate izkušnje ob hkratnem spodbujanju trajnostnega geoturizma.

### UČNI IZIDI

- 1 - Sposobnost prepoznavanja vzorcev kamnin.
- 2 - Sposobnost opisovanja lastnosti vzorcev kamnin.
- 3 - Osnovno razumevanje procesov, ki oblikujejo kamnine v litosferi.
- 4 - Demonstracija spretnosti pri prepoznavanju in kategorizaciji osnovnih vrst kamnin na določenem geoturističnem območju.
- 5 - Praktična uporaba geoloških konceptov.

### STRUKTURA

Modul 1: Tehnike komunikacije na terenu

Modul 2: Tehnike prepoznavanja vzorcev

Modul 3: Izobraževalne igre in dejavnosti

## 5. PROGRAM USPOSOBLJANJA





# 5.1 POGLAVJE 1

## Temelji geoturizma in trajnostnega turizma

Poglavje 1 se poglobi v temelje geoturizma in trajnostnega turizma, pri čemer pokriva vrsto tem, ki so ključne za turistične vodnike in agente. Te vključujejo osnove geoturizma, pomen geologije, družbeno participacijo, ekologijo in geologijo, temelje ter načela trajnosti v geoturizmu.

To poglavje opredeljuje specifične učne cilje in izide vsakega modula, ponuja pregled vsebin modulov ter praktične primere. Poglavje se zaključí z napotki za predstavitev vsebin in preverjanje znanja, povezanega s temeljnimi načeli geoturizma in trajnostnega turizma.

### PREGLED POGLAVJA

- Modul 1:** Geoturizem
- Modul 2:** Pomen geologije
- Modul 3:** Geoturizem & družbeno okolje
- Modul 4:** Ekologija & geologija
- Modul 5:** Okolju prijazni turisti
- Modul 6:** Geoturizem & trajnost

**Kako podati vsebino:** Temelji geoturizma in trajnostnega turizma  
**Preveri znanje:** Temelji geoturizma in trajnostnega turizma



## 5.1.1 MODUL 1: Geoturizem

Geoturizem si prizadeva zmanjšati negativni vpliv turizma na okolje in lokalne skupnosti ter ohranjati ekološko integriteto destinacije za prihodnje generacije. Ohranjanje naravnih in kulturnih virov je temeljni vidik geoturizma. Poleg tega geoturizem poudarja aktivno sodelovanje in koristi za lokalne skupnosti. Prizadeva si izboljšati ekonomsko in socialno blaginjo prebivalcev z vključevanjem v turistične dejavnosti ter zagotavljanjem, da so vključeni v gospodarske koristi. Poleg tega geoturizem močno poudarja izobraževanje tako za obiskovalce kot za lokalne skupnosti, saj spodbuja učenje o naravnih in kulturnih vidikih destinacije.

Geoturizem se osredotoča tudi na raznolikost geoloških značilnosti, vključno s kamninami, reliefnimi oblikami in procesi. Georaznolikost je dragocena prednost, ki prispeva k edinstvenemu značaju destinacije.

## UČNI CILJI

- Razumevanje trajnostnih praks: Razumeti načela in prakse trajnostnega turizma, s poudarkom na zmanjševanju okoljskega vpliva ter spodbujanju odgovornega vedenja turistov.
- Reševanje problemov v geoturizmu: Prepoznavati in predlagati rešitve za morebitne izzive in težave, povezane z geoturizmom, ob upoštevanju okoljskih in sociokulturnih vidikov.
- Spodbujanje vključevanja skupnosti: Razviti sposobnost za sodelovanje z lokalnimi skupnostmi, jih vključevati v procese odločanja ter zagotavljati, da imajo gospodarske in socialne koristi od turističnih dejavnosti.

## UČNI IZIDI

- Izkazati skrb za okolje: Udeleženci bodo pokazali občutek odgovornosti za ohranjanje naravnih virov in zavezanost k varovanju okolja v okviru turizma.
- Oblikovati trajnostne turistične pobude: Udeleženci bodo sposobni oblikovati in predlagati trajnostne turistične pobude za določene destinacije, upoštevajoč ukrepe za ohranjanje, sodelovanje skupnosti in gospodarske koristi.
- Kultivirati odgovorno potovalno etiko: Udeleženci bodo gojili zavezanost odgovornemu in etičnemu vedenju pri potovanjih, s poudarkom na spoštovanju okolja, lokalnih kultur in skupnosti.

## VSEBINA MODULA

1. Definicija geoturizma
2. Ključni vidiki geoturizma



## 5.1.2 MODUL 2: Pomen geologije

Geologija ima multidisciplinarne prepletene okoljske in kulturne elemente; geološko zanimive točke so alternativa za wellness in izobraževalne turistične atrakcije.



## UČNI CILJI

- Pojasniti, kaj je geologija.
- Poznavanje multidisciplinarnih področij geologije.
- Ozaveščenost o povezavi med geologijo in kulturno dediščino.

## UČNI IZIDI

- Udeleženci bodo pridobili znanje o ključnih elementih geologije in njenem multidisciplinarnem pristopu.
- Udeleženci bodo razvili spretnosti za ocenjevanje ravnotežja med naravnimi in kulturnimi elementi na geoloških območjih, kar jim bo omogočilo razumeti sožitje med geološkimi značilnostmi in kulturno dediščino.
- Udeleženci bodo razumeli pristop od spodaj navzgor, kot ga predvideva Faro konvencija Sveta Evrope, ter prepoznali njegovo vlogo pri vrednotenju in spodbujanju geoloških kulturnih mest s sodelovanjem lokalnih skupnosti.

### VEBINA MODULA

1. Definicija geologije
2. Multidisciplinarni vidiki geologije
3. Pregled širokega spektra področij, povezanih z geologijo
4. Geologija in kulturna dediščina

## PRAKTIČNI PRIMER

Poglobljen pregled naravnih in kulturnih otipljivih ter neoprijemljivih elementov geoloških točk na otoku Gozo, posebej na območju Dwejra, ki združuje edinstvene izjemne geološke pokrajine, kot so zaliv Dwejra, Fungus Rock in stolp Dwejra. Ta kombinirano kulturna in geološka točka je privlačna, saj je eno redkih preostalih mest na Malti, ki ponuja neokrnjeno pokrajino za astronomsko opazovanje ponoči.



### 5.1.3 MODUL 3: Geoturizem & družbeno okolje

Integracija načel geoturizma in družbene participacije v nacionalne mreže zaščitениh območij in geoparkov ustvarja celosten in trajnosten pristop k ohranjanju in turizmu. Ravnotežje med varovanjem okolja, sodelovanjem skupnosti in odgovornimi turističnimi praksami je ključno za dolgoročni uspeh teh pobud.

## UČNI CILJI

- Pojasniti pomen geoparkov: Razložiti pomen geoparkov pri ohranjanju geološke dediščine, spodbujanju znanstvenega izobraževanja in podpiranju trajnostnega turizma.
- Oceniti trajnostne turistične prakse: Oceniti trajnostne turistične prakse v geoparkih in zaščitenih območjih, ob upoštevanju okoljskih, socialnih in ekonomskih vplivov turističnih dejavnosti na lokalne skupnosti in ekosisteme.
- Analizirati družbeno participacijo: Analizirati koncept družbene participacije v kontekstu geoturizma in nacionalne mreže zaščitenih območij, ob raziskovanju, kako lahko lokalne skupnosti aktivno sodelujejo pri ohranjanju in promociji geoloških in naravnih virov.

## UČNI IZIDI

- Razvijanje odgovornosti do okolja: Udeleženci bodo pridobili občutek odgovornosti do okolja, s poudarkom na vedenju in dejanjih, ki prispevajo k dolgoročni ohranitvi zaščitenih območij in geoparkov.
- Razvijanje interpretacijskih spretnosti: Udeleženci bodo razvili spretnosti za interpretacijo geoloških in ekoloških značilnosti turistom, s ciljem zagotavljanja izobraževalnih in privlačnih izkušenj, ki povečujejo razumevanje in spoštovanje naravnega okolja med obiskovalci.
- Prispevanje k ohranitvenim prizadevanjem: Udeleženci bodo aktivno prispevali k prizadevanjem za ohranitev zaščitenih območij, z zavedanjem pomena ohranjanja biotske raznovrstnosti, ekosistemov in geoloških značilnosti.

## VSEBINA MODULA

1. Integracija načel geoturizma in družbene participacije
2. Nacionalne mreže zaščitenih območij in geoparkov
3. Pomen geoparkov pri ohranjanju geološke dediščine
4. Družbena participacija v kontekstu geoturizma

## PRAKTIČNI PRIMERI

**Vključevanje skupnosti:** Lokalne skupnosti v Zhangjiajieju aktivno sodelujejo v procesih odločanja glede geoturističnih dejavnosti. Redno se izvajajo skupnostna srečanja za razpravo o turističnih načrtih, s čimer se zagotovi, da se slišijo lokalni glasovi in upoštevajo pomisleki.

**Trajnostna infrastruktura:** Geopark vlaga v trajnostno infrastrukturo, kot so dobro zasnovane pešpoti, da bi zmanjšali vpliv na naravno okolje. Obiskovalce spodbujajo, da park raziskujejo peš, kar spodbuja globlji stik s pokrajino.

**Izobraževalni programi:** Geopark ponuja izobraževalne programe za domačine in obiskovalce. To vključuje vodene ogleda, delavnice in informativne centre, ki zagotavljajo informacije o geološkem pomenu območja, lokalni flori in favni ter prizadevanjih za ohranjanje.

**Lokalne kulturne izkušnje:** Geopark promovira lokalne kulturne izkušnje tako, da vključuje skupnosti v predstavitve tradicionalnih umetnosti, obrti in predstav. To ne le obogati izkušnjo obiskovalcev, temveč tudi zagotavlja dodaten vir dohodka za lokalne prebivalce.

**Ohranjanje kulturne dediščine:** Prizadevanja so usmerjena v ohranjanje in promocijo kulturne dediščine avtohtonih skupnosti znotraj geoparka. To vključuje dokumentiranje lokalnih tradicij, jezikov in obredov, kar krepi občutek ponosa in identitete med člani skupnosti.

**Podpora podjetništvu v skupnosti:** Geopark podpira podjetništvo v skupnosti z zagotavljanjem usposabljanja in virov za lokalna podjetja. To omogoča prebivalcem, da obiskovalcem ponudijo pristne kulturne izkušnje, nastanitve in lokalne izdelke.



## 5.1.4 MODUL 4: Ekologija & geologija

Ekologija se osredotoča na interakcije med živimi organizmi in njihovim okoljem, geologija pa preučuje zgradbo in procese Zemlje. Obe področji se prekrivata na področjih, kot so nastajanje habitatov, ekološka sukcesija in preučevanje preteklih ekosistemov skozi paleontologijo. Razumevanje obeh disciplin je ključnega pomena za celovito razumevanje Zemlje in njenih naravnih sistemov.

## UČNI CILJI

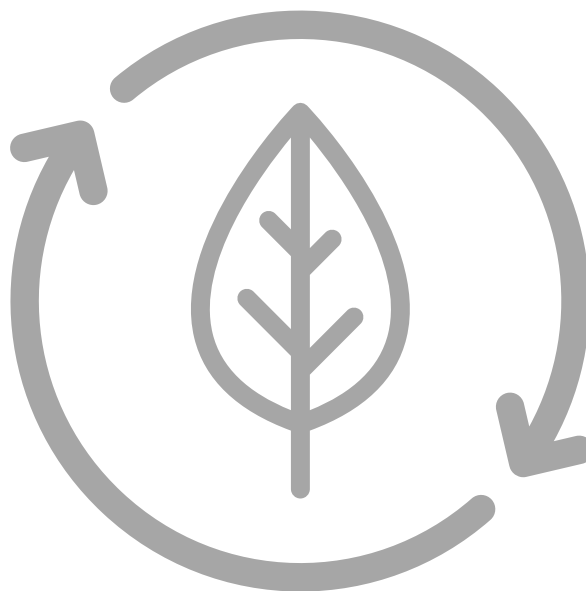
- Analiza odziva ekosistemov: Kako se ekosistemi odzivajo na geološke spremembe skozi čas, ob upoštevanju dejavnikov, kot so nastajanje habitatov, sestava tal in podnebne spremembe.
- Opredelitev ključnih izrazov in konceptov: opredelitev temeljnih izrazov v ekologiji (npr. ekosistem, populacija, skupnost) in geologiji (npr. tektonika, erozija, stratigrafija).
- Razumevanje interakcij med podnebjem in ekologijo: Vloga geoloških dejavnikov pri oblikovanju podnebnih vzorcev in razumevanje, kako podnebje vpliva na ekološke procese in biotsko raznovrstnost.

## UČNI IZIDI

- Uporaba znanja v praktičnih scenarijih: Udeleženci bodo razumevanje odnosa med ekologijo in geologijo uporabljali v resničnih scenarijih.
- Interdisciplinarna perspektiva: Udeleženci bodo razvili interdisciplinarno perspektivo, prepoznavali povezanost med ekologijo in geologijo ter razumeli, povezanost med tema dvema področjema.
- Raziskovalne in inšpekcijske spretnosti: Udeleženci bodo pridobili spretnosti pri izvajanju raziskav, povezanih z odnosom med ekologijo in geologijo, vključno s sposobnostjo zbiranja in analize podatkov, oblikovanja zaključkov in podajanja priporočil na podlagi dokazov.

### VSEBINA MODULA

1. Definicija geologije in ekologije
2. Ekologija v praksi
3. Ekosistemi
4. Ključni vidiki geologije



## 5.1.5 MODUL 5: Okolju prijazni turisti

Eko-turizem je po pandemiji še bolj aktualen, saj se spreminjajo potovalni vzorci in trendi. Geoturizem je ključni privlačen element v teh novih okoliščinah.

## UČNI CILJI

- Poznavanje ekoturizma.
- Razumevanje multidisciplinarnih komponent geoloških poti.
- Ozaveščenost o pomenu Akcijskega načrta za geodiverzitetu (GAP).

## UČNI IZIDI

- Razumevanje trendov in perspektiv eko-turizma.
- Sposobnost ocenjevanja turističnih potencialov geoloških točk.
- Načrtovanje privlačnih in trajnostnih geoloških poti.

## VSEBINA MODULA

1. Definicija ekoturizma
2. Ključne značilnosti geoturističnih poti
3. Povezava med eko-turizmom in geoturizmom
4. Ustvarjanje geoloških poti za okolju prijazne turiste
5. Priprava akcijskega načrta za geodiverzitetu

## PRAKTIČNI PRIMERI

Naravni in zgodovinski park Majjistral zagotovo predstavlja izjemen primer dobre prakse na Malti, kjer lahko združite izjemne geološke pokrajine s klifi, glinenimi pobočji, ki ležijo pod zgornjim in spodnjim koralnim apnencem, začasnimi sladkovodnimi kamnitimi bazeni, maquis podrastjo, habitati garrigue ter izjemno botanično in ornitološko bogastvo. Park gosti tudi pomembna arheološka najdišča, kot so kamniti skladi z obokanim stropom, vozne poti, grobovi, utrdbe, ki segajo v čas vitezov, ter stolp Ghajn Zhuber iz devetnajstega stoletja, ki je zdaj center za obiskovalce parka. Park ima 6 km zaščitene obale pod Evropsko naravno direktivo. Izvaja izobraževalne dejavnosti za otroke z določenimi didaktičnimi potmi in pripovedovanjem zgodb, kot so sajenje dreves in sezonsko obiranje oljk.





## 5.1.6 MODUL 6: Geoturizem & trajnost

Geoturizem je nova oblika trajnostnega turizma, ki temelji na ohranjanju okoljske in kulturne dediščine v okviru krepitev moči lokalnih skupnosti.

## UČNI CILJI

- Poznavanje UNESCO Global Geoparkov.
- Trajnostni elementi geoturističnih lokacij.
- Pomen lokalnih skupnosti za trajnostni turizem.

## UČNI IZIDI

- Upravljanje in izgradnja turističnih zmogljivosti ter potenciali lokalnih skupnosti.
- Načrt za geološka območja kot privlačne destinacije za doživljajski turizem.
- Pomen UNESCO Global Geoparkov.

## VSEBINA MODULA

1. Geoturizem in mreža UNESCO geoparkov
2. Opredelitev in pomen geoparkov
3. Trajnostne značilnosti geoturizma
4. Vplivi geoturizma

## PRAKTIČNI PRIMERI

Analiza severozahodne obalne regije Malte (GEOMAL) z 22 geološkimi območji in njenim potencialom za doživljajski turizem kot blažitev turizma.



# KAKO PODATI VSEBINO: Temelji geoturizma in trajnostnega turizma

## PREGLLED:

Ta del izobraževalnega programa podaja celovito razumevanje geoturizma in njegove povezave z družbeno participacijo. Tečaj poudarja trajnostne turistične prakse, vključevanje skupnosti in odgovorno upravljanje geoloških in kulturnih virov.

UČNI NAČRT TEGA DELA IZOBRAŽEVANJA JE ZASNOVAN ZA TRAJANJE **3 TEDNOV**.

### Teden 1: Uvod v geoturizem in temelji trajnostnega turizma

- Lekcija 1: Definicija in načela geoturizma
  - Uvod, cilji in pričakovanja.
  - Predavanje o definiciji in načelih geoturizma.
  - Skupinska razprava o temeljih geoturizma.
- Lekcija 2: Identifikacija geoloških in kulturnih virov
  - Predavanje o prepoznavanju geoloških in kulturnih virov.
  - Analiza študije primera uspešnih geoturističnih destinacij.
- Lekcija 3: Načela trajnostnega turizma
  - Predavanje o načelih trajnostnega turizma.
  - Razprava o trojnem izidu ("triple bottom line") in njeni uporabi v geoturizmu.
- Lekcija 4: "Triple Bottom Line": Gospodarski, družbeni in okoljski vidiki
  - Skupinska dejavnost: Razvoj strategij trajnostnega turizma za hipotetično geoturistično lokacijo.
  - Predstavitve in razprava.

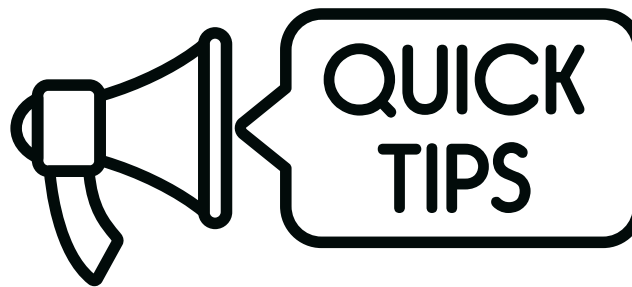
### Teden 2: Upravljanje geodediščine in družbena udeležba v geoturizmu

- Lekcija 5: Pomen ohranjanja geološke dediščine
  - Predavanje o pomenu ohranjanja geološke dediščine.
  - Interaktivna delavnica o strategijah upravljanja geološke dediščine.
- Lekcija 6: Ocena in upravljanje vpliva obiskovalcev
  - Terenski ogled ali virtualni ogled lokalne geološke dediščine.
  - Skupinski premislek in razprava o izkušnji na terenu.
- Lekcija 7: Vloga lokalnih skupnosti v geoturizmu
  - Predavanje gostujočega predavatelja o vlogi lokalnih skupnosti v geoturizmu.
  - Skupinska razprava o vključevanju skupnosti.

- Lekcija 8: Koristi in izzivi družbene udeležbe
  - Delavnica o reševanju izzivov v družbeni udeležbi.
  - Analiza študije primera pobud za geoturizem, ki jih vodijo skupnosti.

### **Teden 3: Študije primerov in primeri dobrih praks**

- Lekcija 9: Poglobljena analiza uspešnih pobud geoturizma
  - Poglobljena analiza uspešnih pobud geoturizma.
  - Skupinsko delo na projektu: Razvoj trajnostnih geoturističnih produktov.
- Lekcija 10: Skupinski projekti in pregled
  - Končne predstavitve projektov.
  - Pregled tečaja, zbiranje povratnih informacij in razprava.



### **DODATNI PREDLOGI ZA MENTORJE:**

- 💡 Načrtujte redne odmore med lekcijami za ohranjanje angažiranosti udeležencev.
- 💡 Spodbujajte aktivno sodelovanje s skupinskimi razpravami, kvizi ter interaktivnimi dejavnostmi.
- 💡 Omogočite fleksibilnost in vključite gostujoče predavatelje ali terenske obiske, po potrebi prilagodite urnik.
- 💡 Namenite čas za sprotno ocenjevanje, da bodo udeleženci dobili pravočasne povratne informacije.
- 💡 Zagotovite namenski termin za mreženje, da omogočite povezovanje med udeleženci.

## NASVETI ZA PODAJANJE VSEBINE

1. Interaktivno učenje: Vključite interaktivne elemente, kot so skupinske razprave, študije primerov in praktične dejavnosti, da povečate angažiranost udeležencev.
2. Gostujoči predavatelji: Povabite gostujoče predavatelje s strokovnim znanjem na področju geoturizma, trajnostnega turizma in vključevanja skupnosti, da zagotovijo vpogled iz resničnega sveta in raznolike perspektive.
3. Terenski obiski: Organizirajte terenske obiske geoturističnih lokacij, da udeležencem ponudite praktično izkušnjo in poglobljeno razumevanje upravljanja na terenu ter interakcije s skupnostjo.
4. Integracija tehnologije: Uporabite multimedijske predstavitve, virtualne ogleda in spletne vire za dopolnitev tradicionalnih metod poučevanja in izboljšanje učne izkušnje.
5. Skupinski projekti: Dodelite sodelovalne skupinske projekte, kot je razvoj geoturističnega produkta za določeno destinacijo. To spodbuja delo v skupini in praktično uporabo konceptov.
6. Mehanizmi za povratne informacije: Vzpostavite redne mehanizme za povratne informacije, ki omogočajo udeležencem deljenje mnenj in postavljanje vprašanj. To spodbuja odprto in komunikativno učno okolje.
7. Omogočite mreženje: Ustvarite priložnosti za udeležence, da se povežejo s strokovnjaki s področja geoturizma in trajnosti. To lahko dosežete s spletnimi forumi, spletnimi seminarji ali dogodki za mreženje.
8. Neprestano ocenjevanje: Uvedite kombinacijo ocenjevanja skozi celoten tečaj, da spremljate napredek udeležencev in zagotovite pravočasne povratne informacije.

## PODPORNI MEHANIZMI ZA MENTORJE

- Knjižnica virov: Zagotovite dostop do knjižnice virov, ki vsebuje ustrezne knjige, članke in raziskovalne prispevke o geoturizmu, trajnostnem turizmu in sodelovanju skupnosti.
- Spletni forumi: Vzpostavite spletne forume ali platforme za razprave, kjer lahko udeleženci delijo dodatne vire, postavljajo vprašanja in sodelujejo v razpravah.
- Priročniki za usposabljanje: Razvijte celovite priročnike ali vodnike za usposabljanje, ki jih lahko udeleženci uporabijo za dodatna branja, študije primerov in praktične nasvete.
- Spletni seminarji in delavnice: Organizirajte spletne seminarje in delavnice s strokovnjaki na tem področju za dopolnitev usposabljanja. Vsebine posnamite, da jih boste lahko uporabili tudi v prihodnje.

- Programi mentorstva: Uvedite programe mentorstva, ki povezujejo udeležence z izkušenimi strokovnjaki s področja geoturizma, ki lahko zagotovijo smernice in podporo.
- Tehnična podpora: Zagotovite tehnično podporo za vsa spletna orodja ali platforme, ki se uporabljajo med tečajem, da udeleženci lahko brez težav navigirajo in delajo s pomočjo vsebine.
- Mehanizem za povratne informacije: Vzpostavite jasne kanale, prek katerih lahko udeleženci podajo povratne informacije o vsebini tečaja, metodah izvedbe in morebitni dodatni podpori, ki bi jo morda potrebovali.

## DODATNI VIRI:

- Dowling, R. K. (2013). "Geotourism's Global Growth - The Story Continues." *Geoheritage*, 5(1), 5-16.
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Leung, Y.-F. (2012). "Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape." Oxford: Goodfellow Publishers.
- Higham, J., & Carr, A. (2003). "Tourism, Recreation, and Regional Development: New Perspectives." Channel View Publications.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). "Tourism and Development: Concepts and Issues." Channel View Publications.
- Stone, P. R. (2013). "Geoheritage and geoconservation: Opportunities and responsibilities in tourism and recreation." *Geoheritage*, 5(1), 11-26.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). "Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues." Channel View Publications.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). "Community-based tourism: A success?" *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 103-121.
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). "Geotourism and local development: A case study in Portugal." *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68-81.
- UNESCO. (2015). "World Heritage and Sustainable Tourism: Toolkit for Site Managers." UNESCO World Heritage Centre.
- Hall, C. M., & Boyd, S. (2005). "Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?" Channel View Publications.



## 5.2 POGLAVJE 2

### Strategije digitalnega trženja za turistične vodnike in agente

V drugem poglavju so predstavljene digitalne marketinške veščine za turistične vodnike in agente, s poudarkom na načrtovanju in izdelavi spletnih strani, trženju na družbenih omrežjih, optimizaciji za iskalnike in e-poštnem trženju.

To poglavje opredeljuje učne cilje in učne izide za vsak modul, podaja pregled vsebine modulov ter praktične primere. V zadnjem delu so priporočila za podajanje vsebine in preverjanje znanja o temah, obravnavanih v tem delu izobraževalnega programa.

#### PREGLED POGLAVJA

**Modul 1:** Načrtovanje in izdelava spletnih strani

**Modul 2:** Trženje na družbenih omrežjih

**Modul 3:** Optimizacija za iskalnike (SEO)

**Modul 4:** Trženje preko e-pošte

**Kako podati vsebino:** Strategije digitalnega trženja za turistične vodnike in agente

**Preveri znanje:** Strategije digitalnega trženja za turistične vodnike in agente



## 5.2.1 MODUL 1: Načrtovanje in izdelava spletnih strani

Vzpostavitev močne spletne prisotnosti je bistvena za podjetja in organizacije v digitalni dobi. Ta modul predstavlja ključne osnovne vidike načrtovanja in izdelave spletne strani, ki bo podpirala poslovanje in gradnjo blagovne znamke.



## UČNI CILJI

- Razumevanje pomena in namena spletnih strani za turistične vodnike/agente.
- Načrtovanje in določanje ciljev za razvoj spletnih strani.
- Tehnične osnove in vsebinska strategija za izdelavo spletnih strani.

## UČNI IZIDI

- Udeleženci bodo lahko pojasnili pomen spletnih strani kot bistvenih orodij za trženje in komuniciranje za turistične vodnike in agente, vključno z njihovo vlogo pri gradnji prepoznavnosti blagovne znamke, verodostojnosti in zaupanja.
- Udeleženci bodo razvili veščine za določanje namena spletne strani, oblikovanje merljivih ciljev in razvrščanje različnih vrst spletnih strani (npr. poslovna, osebna, blog) glede na njihove cilje.
- Udeleženci bodo pridobili znanje za izbiro ustreznih možnosti za spletno gostovanje, izbiro imena domene in razumevanje vloge sistemov za upravljanje vsebin (CMS) pri razvoju spletnih strani. Spoznali bodo tudi, kako razviti vsebinsko strategijo, ki je usklajena s cilji in ciljno publiko spletne strani, ter pomen vključevanja elementov uporabniške izkušnje (UX) in optimizacije iskalnikov (SEO).

## VSEBINA MODULA

1. Namen in pomen spletne strani.
2. Razumevanje namena in ciljev spletne strani.
3. Tehnične osnove za izdelavo in strukturo spletne strani.
4. Vsebinska strategija.
5. Varnost in vzdrževanje spletne strani.

## PRAKTIČNI PRIMERI

*Primer strategije postavitve spletne strani za turistično agencijo Slovenija Trails & Pedals.*

Definiranje ciljne publike: Ciljna publika se lahko razdeli v naslednje kategorije:

- **Pustolovci:** Posamezniki ali skupine, ki iščejo edinstvene in zahtevne izkušnje na prostem. Običajno so stari med 25 in 45 let, so telesno aktivni in raje izbirajo pustolovščine in raziskovanje kot tradicionalni turizem.
- **Ljubitelji narave:** Ljudje, ki cenijo naravo in jih zanima izkušnja naravne lepote in biotske raznovrstnosti Slovenije. Ta skupina daje prednost trajnosti in okolju prijaznim možnostim potovanja.
- **Navdušenci nad športom:** Tisti, ki vključujejo kolesarjenje in pohodništvo v svoj vsakdan. To so vsi, od začetnikov do izkušenih športnikov, ki jih zanimajo ture, prilagojene različnim ravnam kondicije.
- **Raziskovalci kulture:** Turisti, ki želijo združiti svojo ljubezen do narave z učenjem o lokalnih kulturah, zgodovini in tradicijah. Verjetno jih bodo zanimale ture, ki ponujajo kombinacijo fizične aktivnosti in ogleda kulturnih znamenitosti in posebnosti.
- **Družinski pustolovci:** Družine, ki iščejo varne, privlačne in izobraževalne izkušnje na prostem. Ture, primerne za otroke in z različnimi ravmi spretnosti, so pomembne za ta segment.

Optimizacija za iskalnike (SEO) in identiteta blagovne znamke:

Raziskava ključnih besed bo osredotočena na izraze, povezane s turizmom v Sloveniji, kot so "ture po Sloveniji," "pustolovske počitnice v Sloveniji," in "pohodništvo v Sloveniji." Te ključne besede bodo vključene v vsebino spletne strani, meta opise, naslove in opise fotografij, URL-je ter blog članke za izboljšanje vidljivosti v iskalnikih. Fokus bo tudi na dolge ključne besede, kot sta "najboljše kolesarske ture v Sloveniji" in "pohodniške poti v Sloveniji," za pritegnitev bolj ciljne publike.

Domača stran:

Živahen in vabljev pregled z osupljivimi vizualnimi prikazi slovenskih poti, s hitrimi povezavami do opisov tur.

Opisi tur:

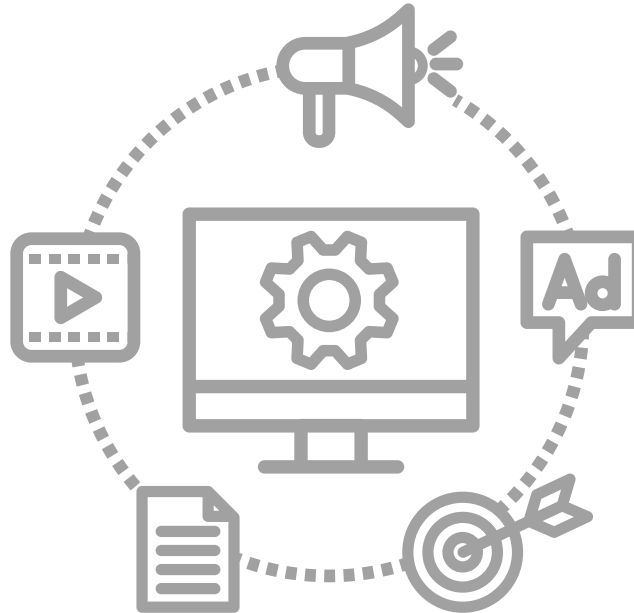
Podrobne strani za vsako kolesarsko in pohodniško turo, vključno z zemljevidi poti, težavnostnimi stopnjami, koledarjem, kaj pričakovati, priporočili za opremo in pregledi strank za prikaz socialnega dokaza.

Pozivi k dejanju (“Call to action”):

Strateško postavljeni pozivi k dejanju bodo vodili obiskovalce k rezervaciji ture, kontaktiranju podjetja za več informacij ali naročanju na e-novice za posodobitve in posebne ponudbe.

Teme blog vsebin bodo razdeljene glede na naše ciljne publike:

- Pustolovski vodniki: Podrobni vodiči o tem, kaj pričakovati od kolesarskih in pohodniških tur po Sloveniji, vključno z ravnmi težavnosti, kaj prinesiti in varnostnimi nasveti. Ti prispevki so namenjeni pustolovskim iskalcem in navdušencem nad športom.
- Narava in trajnost: Objave, ki se osredotočajo na naravne lepote Slovenije, divje živali in način, kako Slovenija Trails & Pedals deluje trajnostno. Ta vsebina je namenjena ljubiteljem narave in tistim, ki jih zanima okolju prijazno potovanje.
- Kulturni vodniki: Članki, ki se poglobljajo v zgodovino, tradicije in kulturne znamenitosti, ki jih srečamo na poteh. Te zgodbe so namenjene kulturnim raziskovalcem in zagotavljajo bogatejši kontekst za fizično potovanje.
- Družinam prijazne pustolovščine: Vsebina, ki poudarja ture, primerne za družine, nasvete za pohodništvo in kolesarjenje z otroki ter kako narediti takšna potovanja izobraževalna in zabavna. Ta tema je usmerjena v družinske pustolovce.
- Trening in priprava: Objave, ki ponujajo nasvete za pripravo na kolesarsko ali pohodniško turo, vključno s trening rutino, prehranskimi nasveti in priporočili za opremo. Ta vsebina je namenjena navdušencem nad športom vseh ravni.



## 5.2.2 MODUL 2: Trženje na družbenih omrežjih

Trženje na družbenih omrežjih ni zgolj sodoben trend; je odziv na spreminjajočo se dinamiko komuniciranja v digitalni dobi. Ta modul zajema temeljne vidike trženja na družbenih omrežjih in opisuje strateški pristop k trženju za turistične vodnike in agente.

## UČNI CILJI

- Razumevanje vloge družbenih omrežij in trženja na družbenih omrežjih.
- Razvijanje strateškega pristopa k trženju na družbenih omrežjih.
- Razumevanje, kako izvesti učinkovito trženjsko kampanjo na družbenih omrežjih.

## UČNI IZIDI

- Udeleženci bodo znali pojasniti pomen družbenih omrežij kot orodja za podjetja, da vzpostavijo in vzdržujejo odnose s strankami, ter razumeli temeljna načela in koristi trženja na družbenih omrežjih.
- Udeleženci bodo pridobili veščine za razvoj celovite strategije trženja na družbenih omrežjih, vključno z določanjem ciljev (SMART), prepoznavanjem ciljnih skupin, izvajanjem tržnih raziskav in izbiranjem ustreznih platform družbenih omrežij glede na ciljno skupino in vsebinsko strategijo.
- Udeleženci bodo pridobili praktično znanje pri ustvarjanju, distribuciji in promociji vsebin za platforme družbenih omrežij. Razumeli bodo pomen privlačnih in visokokakovostnih vsebin, prepoznali pomembnost upravljanja skupnosti in sodelovanja sledilcev ter spoznali metrike za spremljanje uspešnosti trženja na družbenih omrežjih za nenehno izboljševanje.

## VSEBINA MODULA

1. Definicija družbenih omrežij in trženja na družbenih omrežjih.
2. Strateški pristop k trženju na družbenih omrežjih.
3. Razvoj strategije.
4. Izbira ustreznih družbenih omrežij.
5. Ustvarjanje, distribucija in promocija vsebin.
6. Upravljanje skupnosti in sodelovanje.
7. Analiza.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### *Načrt trženja na družbenih omrežjih za turistično agencijo Slovenia Trails & Pedals*

Opredelitev ciljev in namenov:

- Gradnja odnosov: Interakcija z morebitnimi in obstoječimi strankami z deljenjem zgodb, nasvetov in vsebin, ki jih ustvarjajo uporabniki (ali s ponovnim deljenjem), da se spodbuja skupnost.
- Gradnja blagovne znamke: Povečevanje prepoznavnosti blagovne znamke in lojalnosti z izpostavljanjem edinstvenih izkušenj, ki jih ponuja Slovenia Trails & Pedals, z uporabo blagovnih # in opredelitvijo glasu in sloga blagovne znamke.
- Povečanje obiska spletne strani: Uporaba privlačnih pozivov k dejanju (CTA) in povezav v objavah, zgodbah in oglasih za usmerjanje sledilcev družbenih omrežij na spletno stran.
- Promocija: Poudarjanje posebnih ponudb, popustov in objav novih tur za privabljanje novih strank in nagrajevanje zvestih sledilcev.
- Ciljna publika: Na podlagi identificirane ciljne publike za Slovenia Trails & Pedals se bo strategija družbenih omrežij osredotočila na navdušence nad pustolovščinami na prostem, ljubitelje narave, iskalce športnih aktivnosti, raziskovalce kulture in zgodovine ter družine. Vsebina bo ustvarjena z mislijo na vsak segment (na primer, torki so namenjeni družinam).

Izbira pravih platform:

- Facebook ponuja širok doseg in možnosti za interakcijo z raznoliko publiko, vključno z družinami in starejšimi demografskimi skupinami, ki bi jih lahko zanimali kulturni in zgodovinski ogledi ter fitnes in wellness aktivnosti.
- Instagram, platforma osredotočena na vizualne vsebine, je popolna za prikaz osupljivih pokrajin, kolesarskih in pohodniških poti ter za deljenje vsebin, ki jih ustvarijo uporabniki. Idealna je za doseganje navdušencev nad pustolovščinami na prostem, fotografijo in ljubiteljev narave.
- TikTok je ključen za interakcijo z mlajšo publiko, vključno z iskalci pustolovščin in navdušenci nad fitnesom, z uporabo kratkih video vsebin.
- YouTube je bistven za pripovedovanje zgodb in zagotavljanje dragocenih vsebin, ki zahtevajo večjo globino, kot so pregledi tur in kulturne zgodbe.
- Pinterest podpira fazo odkrivanja in načrtovanja, privablja tiste, ki iščejo navdih in praktične nasvete.

### Upravljanje skupnosti sledilcev in sodelovanje:

- Personalizacija in pripovedovanje zgodb: Uporaba osebnega tona v objavah in odgovorih za vzpostavitev povezave z občinstvom. Deljenje zgodb ekipe, vodičev in prejšnjih popotnikov, uporaba njihovih imen, deljenje česa smešnega in osebnega ter pripovedovanje zgodb.
- Interakcija: Hiter odziv na komentarje, sporočila in ocene za gradnjo odnosov in spodbujanje sodelovanja, postavljanje vprašanj za spodbujanje razprave.
- Spodbujanje deljenja: Vprašajte sledilce, naj delijo svoje pustolovske zgodbe ali označijo prijatelja, s katerim bi radi delili to izkušnjo.
- Anketiranje in vprašanja v zgodbah: Objavljanje ankete, ki vpraša sledilce, ali imajo raje pustolovščine X ali Y, ali uporaba funkcije za vprašanja, da se vpraša, kakšen je njihov naslednji pustolovski cilj.

### Promocijska strategija:

- Trženje vsebin: Uporaba mešanice blogov, vsebin na družbenih omrežjih in videov za pripovedovanje privlačnih zgodb, ki odmevajo pri ciljni publiki.
- Ponujanje vrednosti skozi brezplačne vire in gradnja baze e-poštne naslovov: Prenosljive brošure, podrobni vodniki za potovanje, sezname za pakiranje in spletni seminarji o pripravi na pustolovščine na prostem. Uporabniki za dostop do teh virov dajo svoj e-poštni naslov.
- Postavitev ciljnih oglaševalskih kampanj: Testiranje različnih občinstev z oglaševanjem glede na interese, ciljne skupine z lastnostmi podobnimi obstoječim strankam in ponovno ciljanje oglasov. Uporaba 3-4 kreativnih elementov na komplet oglasov in testiranje različnih vrst medijev (foto/video) ter besedil.
- Analiza in ponovno ciljanje: Implementacija oglasov za ponovno ciljanje, da se ponovno vključi uporabnike, ki so obiskali našo spletno stran, a niso opravili konverzije (nakupa).



## 5.2.3 MODUL 3: Optimizacija za iskalnike

Modul ponuja celovit pregled strategij optimizacije za iskalnike (Search engine optimization - SEO), posebej oblikovanih za okoljsko naravnane pohodniške vodiče, ki izvajajo ture s poudarkom na geologiji.



## UČNI CILJI

- Razviti veščine za povečanje spletne prisotnosti, da bi geoturistični produkti dosegli vidnejše mesto v iskalnikih.
- Naučiti se, kako privabiti zainteresirane obiskovalce z optimizacijo vsebine in ključnih besed.
- Pridobiti znanje za optimizacijo uporabniške izkušnje in oblikovanja spletne strani z namenom pretvorbe obiskovalcev v stranke ali doseči drugo želeno vedenje.

## UČNI IZIDI

- Udeleženci bodo pridobili temeljito razumevanje tehničnih vidikov, najboljših praks in trendov optimizacije za iskalnike.
- Udeleženci bodo znali uporabiti pridobljeno znanje na svojih spletnih straneh ali projektih za izboljšanje spletne vidljivosti.
- Udeleženci bodo sposobni analizirati podatke, spremljati učinkovitost in stalno prilagajati strategije SEO za doseganje trajnih in progresivnih rezultatov.

## VSEBINA MODULA

1. Temeljni koncepti SEO in njegov pomen za okoljske vodiče.
2. Pomen SEO za spletno vidnost.
3. Identifikacija ključnih besed, povezanih z geološkimi lokacijami.
4. Optimizacija strani, vključno z naslovi, meta opisi in strukturo spletne strani.
5. Gradnja povezav.
6. Trajno relevantna vsebina in optimizacija za mobilne naprave.
7. Implementacija strukturiranih podatkov za poudarjanje geoloških značilnosti.
8. Spremljanje učinkovitosti z uporabo specifičnih analitičnih orodij in ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI).

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER VSEBINE, OPTIMIZIRANE ZA ISKALNIKE

#### Naslov:

“Geološka raziskovanja na jugu Sardinije: Tura med edinstvenimi apnenčastimi formacijami in starodavnimi fosili.”

#### Meta opis:

“Pridružite se nam na geološki turi po jugu Sardinije, kjer boste raziskovali edinstvene apnenčaste formacije, vulkanske osamelce in odkrili prazgodovinske fosile. Naši strokovni geološki vodiči vas bodo popeljali na potovanje skozi zapletene zgodbe zemlje v tej regiji.”

#### Vsebina strani:

- Uvod in kontekstualizacija: Dobrodošli na jug Sardinije, deželo, bogato z geološkimi skrivnostmi. Veseli smo, da vas lahko popeljemo na turo, ki vas bo popeljala v posebnosti tega območja, od vulkanskih značilnosti do edinstvenih sedimentnih formacij.
- Opis ture in geološke značilnosti: Naša tura vodi skozi fascinante apnenčaste formacije, kjer boste pričala delovanju geoloških sil, ki so oblikovale to pokrajino skozi milijone let. Prav tako bomo raziskovali vulkanske osamelce, dokaz burne geološke preteklosti, ki je oblikovala regijo.
- Edinstvene izkušnje in posebne značilnosti: Vsaka postaja na turi ponuja priložnost za odkrivanje prazgodovinskih fosilov in občudovanje geoloških podrobnosti, ki razkrivajo zgodovino Zemlje. Izkušeni geološki vodiči bodo delili vpogled v stratigrafijo, metamorfozo in sedimentacijo.
- Praktične informacije in rezervacije: Da bi zagotovili brežhibno izkušnjo, ponujamo praktične podrobnosti o turi, od priporočene opreme do specifičnih geoloških navodil. Rezervirajte zdaj in se pridružite tej izjemni raziskavi geološke preteklosti juga Sardinije.
- ocene in strokovni odzivi: Preberite ocene strokovnih geologov, ki so sodelovali na naših turah. Odobravanje in podpora geološke skupnosti sta naša garancija za kakovost in pristnost izkušenj, ki jih ponujamo.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER GRADNJE POVEZAV ZA SPLETNE STRANI VODNIKOV NA SARDINII

Predstavljamo si dve spletni strani turističnih vodnikov na Sardiniji, eden se specializira za ture v Narodnem parku La Maddalena Archipelago, drugi pa se osredotoča na jame Su Mannau, ki se nahajajo v tej zanimivi italijanski regiji. Za učinkovito strategijo gradnje povezav lahko skrbniki obeh spletnih strani izvedejo naslednje akcije:

- Identifikacija partnerstev: Skrbniki spletnih strani prepoznajo sorodne spletne strani, ki bi lahko izboljšale izkušnjo njihovih obiskovalcev. Na primer, spletna stran za jame Su Mannau bi lahko iskala sodelovanje s spletnimi stranmi, ki ponujajo informacije o splošni geologiji Sardinije.
- Tematska izmenjava povezav: Skrbniki spletnih strani se dogovorijo za izmenjavo povezav, pri čemer vključijo tematske povezave v ustrezno vsebino. Na primer, stran, ki govori o edinstvenih geoloških formacijah v Narodnem parku La Maddalena Archipelago, bi lahko vključevala povezavo na spletno stran za jame Su Mannau, in obratno.
- Ustvarjanje skupnih virov: Skrbniki spletnih strani sodelujejo pri ustvarjanju informativnih virov, kot so interaktivni vodiči o geologiji Sardinije ali tematski spletni seminarji. Te vsebine se lahko promovirajo prek vzajemnih povezav.
- Sodelovanje na skupnih dogodkih: Če obe spletni strani sodelujeta na geoturističnih dogodkih ali konferencah o lokalni geologiji v Sardiniji, se lahko vzajemno povežeta na ustreznih straneh dogodkov ali relevantnih blog objavah.
- Medsebojne ocene: Geološki vodiči lahko napišejo pozitivne ocene drug o drugem in jih objavijo na svojih spletnih straneh. To zagotavlja avtentična pričevanja in možnost vključitve relevantnih povezav.
- Sodelovanje na družbenih omrežjih: Skrbniki spletnih strani medsebojno promovirajo svojo vsebino na družbenih omrežjih, delijo objave, fotografije in ustrezne posodobitve, vključno s povezavami na svoje strani.
- Redne posodobitve: Ohranijo stalno komunikacijo in redno posodablajo seznam vzajemnih povezav glede na razvoj vsebine in turistične ponudbe v Sardiniji.

Na ta način spletni strani geoloških vodičev na Sardiniji ustvarjajo mrežo relevantnih povezav, ki izboljšujejo spletno vidljivost in zagotavljajo dragocene vire obiskovalcem, ki jih zanima geologija otoka.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER OPTIMIZACIJE ZA MOBILNE NAPRAVE ZA SPLETNO STRAN PONUDNIKA GEOLOŠKIH TUR NA SARDINII

Recimo, da imamo geološko turistično spletno stran z imenom "GeoExploreSardinia". Tukaj je praktičen primer, kako izvesti optimizacijo za mobilne naprave:

- Prilagodljiv dizajn: Uvedite prilagodljiv dizajn, ki se samodejno prilagaja dimenzijam zaslona naprave in zagotavlja optimalen prikaz na pametnih telefonih in tablicah.
- Hitro nalaganje strani: Optimizirajte slike in zmanjšajte velikost datotek, da zagotovite hitro nalaganje, ob upoštevanju omejitev povezav na mobilnih napravah. Na primer, uporabite stisnjene formate slik, kot je WebP, in zmanjšajte kakovost slik brez izgube jasnosti.
- Poenostavljen navigacijski meni: Poenostavite navigacijski meni, da ustreza manjšim zaslonom, z uporabo jasnih ikon in kratkih besedil. Na primer, ustvarite hamburger meni (oznaka, ki ustvari navigacijski meni s hamburger ikono, ki se razširi, ko je kliknjena na napravah z največjo širino 768 pik). Pod to širino se meni prikaže v stolpcih, da se bolje prilagodi mobilnemu zaslonu.
- Gumbi in besedilo, prilagojeni dotiku: Povečajte velikost besedila in gumbov, da olajšate branje in navigacijo na zaslonih na dotik. Na primer, uporabite berljivo pisavo in gumbe dovolj velike, da se izognete naključnim klikom.
- Poenostavljeni obrazci: Poenostavite obrazce in zmanjšajte količino potrebnih podatkov, da olajšate izpolnjevanje na mobilnih napravah. Na primer, uporabite jasna vnosna polja in se izognite nepotrebnim informacijam v obrazcih za rezervacije.
- Integracija z interaktivnimi zemljevidi: Uporabite interaktivne zemljevide s funkcijo povečave s prsti in drsenja, da uporabnikom omogočite preprosto raziskovanje predlaganih geoloških destinacij. Na primer, integrirajte Google Zemljevide, ki se prilagajajo dimenzijam zaslona.
- Testiranje na različnih napravah: Izvedite temeljito testiranje na različnih mobilnih napravah in brskalnikih, da zagotovite dosledno in zadovoljivo uporabniško izkušnjo na vsaki platformi.

Z izvajanjem teh praks optimizacije za mobilne naprave bo spletna stran "GeoExploreSardinia" ponudila kakovostno izkušnjo na mobilnih napravah, kar bo izboljšalo uporabnost in izpolnilo pričakovanja uporabnikov, ki iščejo geološke ture v Sardiniji prek svojih telefonov ali tablic.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER ANALIZE S SPECIFIČNIMI KLJUČNIMI KAZALNIKI USPEŠNOSTI (KPI) ZA GEOLOŠKO TURISTIČNO SPLETNO STRAN

Primer spletne strani "GeoExploreSardinia":

- Odprto razmerje glavnih strani:
  - KPI: Ocenite odprto razmerje ključnih strani, kot so "Ture", "Destinacije" in "Kontaktirajte nas".
  - Cilj: Visoko odprto razmerje kaže na znaten interes uporabnikov za vsebino na teh straneh.
- Uvrstitev ključnih besed:
  - KPI: Spremljajte uvrstitve ključnih besed, kot so "Geološke ture Sardinija" in "Jame Su Mannau" v rezultatih iskanja.
  - Cilj: Ohraniti ali izboljšati položaj na straneh rezultatov iskalnikov (SERP) za ustrezne ključne besede.
- Stopnja konverzije za rezervacijo:
  - KPI: Izračunajte stopnjo konverzije strani za rezervacijo tur.
  - Cilj: Povečati število konverzij, tj. rezervacij opravljenih prek spletne strani.
- Čas, preživet na glavnih straneh:
  - KPI: Analizirajte, koliko časa uporabniki preživijo na ključnih straneh, kot sta "Domača stran" in "Ture".
  - Cilj: Povečati čas, preživet na straneh, z zanimivo in privlačno vsebino.
- Globalna stopnja zavrnitve:
  - KPI: Izmerite stopnjo zavrnitve za celotno spletno stran.
  - Cilj: Znižati stopnjo zavrnitve, kar pomeni boljšo uporabniško izkušnjo in večjo angažiranost.
- Število kakovostnih povratnih povezav:
  - KPI: Preštejte število povratnih povezav iz zanesljivih in ustreznih spletnih strani.
  - Cilj: Povečati število povratnih povezav, kar izboljša verodostojnost spletne strani v očeh iskalnikov.
- Analiza konkurence:
  - KPI: Analizirajte SEO uspešnost v primerjavi s ključnimi konkurenti.
  - Cilj: Identificirati priložnosti za izboljšanje s primerjavo SEO strategij in preseči konkurenco.

- Stopnja konverzije iz e-poštnih kampanj:
  - KPI: Spremljajte stopnjo konverzije e-poštnih kampanj, povezanih z geološkimi turami.
  - Cilj: Optimizirati e-poštne kampanje, da se maksimizirajo konverzije in rezervacije.
- Analiza mobilnega prometa:
  - KPI: Preučite promet iz mobilnih naprav v primerjavi z namiznimi računalniki.
  - Cilj: Zagotoviti optimalno uporabniško izkušnjo na mobilnih napravah in ustrezno prilagoditi strategijo optimizacije spletne strani.
- Stopnja deljenja na družbenih omrežjih:
  - KPI: Izmerite, kako pogosto se vsebine spletne strani delijo na družbenih omrežjih.
  - Cilj: Povečati deljenje, da se okrepi vidljivost spletne strani in njen doseg.

Ta analiza SEO in njeni povezani ključni kazalniki uspešnosti (KPI) omogočajo oceno učinkovitosti strategij optimizacije spletne strani GeoExploreSardinia in ciljnih izboljšav za povečanje vidljivosti, angažiranosti in konverzij.



## 5.2.4 MODUL 4: Trženje preko e-pošte

Modul ponuja celovit pregled strategij e-poštnega trženja, prilagojenih vodnikom, ki jih zanimajo ture s poudarkom na geologiji.

## UČNI CILJI

- Izboljšati razumevanje strategij e-poštnega trženja.
- Opremiti udeležence s praktičnimi veščinami za oblikovanje in izvedbo uspešnih e-poštnih kampanj v geoturizmu.
- Učinkovito integrirati e-poštno trženje z optimizacijo za iskalnike (SEO) in družbenimi omrežji za celovit marketinški učinek v geoturizmu.

## UČNI IZIDI

- Razviti strokovnost pri ustvarjanju ciljnih e-poštnih kampanj, prilagojenih geoturizmu, s poudarkom na angažiranosti občinstva in komunikacijskih strategijah.
- Pridobiti praktične veščine pri uporabi orodij za e-poštno trženje v geoturizmu, vključno s segmentacijo seznamov, personalizacijo vsebine in optimizacijo kampanj.
- Razumeti sinergijo med e-poštnim trženjem, SEO in družbenimi omrežji ter se naučiti integrirati te strategije za povečanje celotne učinkovitosti pri promociji geoturističnih izkušenj.

## VSEBINA MODULA

1. Vloga e-poštnega trženja pri promociji geoloških turističnih produktov.
2. Prednosti e-poštnega trženja in njegov pomen pri komunikaciji z občinstvom.
3. Gradnja ciljnih seznamov z uporabo segmentacije glede na interese v geoturizmu.
4. Oblikovanje privlačnih kampanj s prilagoditvijo, povezano z geološkimi lokacijami.
5. Avtomatizacija kampanj.
6. Uporaba specifičnih metrik za ocenjevanje uspešnosti kampanj.
7. A/B testiranje in kako prilagoditi strategije na podlagi pridobljenih rezultatov.
8. Sinhronizacija z dejavnostmi SEO in drugimi marketinškimi kanali za integrirano promocijo.



## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER PRIVLAČNE OBLIKE E-POŠTNE KAMPANJE ZA TURISTIČNO AGENCIJO “GEOEXPLORESARDINIA“

- Cilj: Ustvariti personalizirano e-poštno kampanjo za promocijo geoloških tur po jamah na Sardiniji.
- Predmet e-pošte: Raziščite podzemne čudeže: Ture po jamah na Sardiniji!
- Osebni nagovor: Pozdravljeni, [ime uporabnika...]
- Glavna slika: Osupljiv prizor jame z osvetljenimi formacijami stalaktitov in stalagmitov, ki izraža idejo o vznemirljivi pustolovščini.
- Privlačen uvodni tekst: Ste pripravljeni na edinstveno podzemno doživetje? Jame na Sardiniji vas popeljejo v svet geoloških čudes.
- Specifičen opis ture: Naša tura “Podzemno raziskovanje“ vas popelje skozi najzanimivejše jame na Sardiniji. Odkrijte edinstvene kamnite formacije, podzemne dvorane in geološke skrivnosti, ki vam bodo vzele dih.
- Osebni poziv k dejanju: Besedilo gumba: “Rezervirajte svoje potovanje po jami zdaj!”
- Posebna ponudba: Rezervirajte do [datum] in dobite 15 % popust na turo. Ne zamudite priložnosti za nepozabno geološko doživetje!
- Razdelek “Zakaj izbrati nas“: GeoExploraSardegna je vodilni pri ponujanju avtentičnih geoturističnih izkušenj. Z izkušenimi vodiči, visoko kakovostno opremo in globoko ljubeznijo do geologije smo popolna izbira za raziskovanje jam.
- Pričevanja strank: Poslušajte, kaj pravijo naše stranke: “Izjemna izkušnja, jame oživijo z natančnimi razlagami vodičev!” - [ime stranke].
- Deljenje na družbenih omrežjih: Bi radi delili svoje izkušnje? Uporabite hashtag #GeoExploreSardinia in se pridružite naši geološki skupnosti na družbenih omrežjih!
- Kontaktne informacije in družbena omrežja: Za več informacij ali rezervacije nas kontaktirajte na [info@geoexploresardinia.com](mailto:info@geoexploresardinia.com). Spremljajte nas na Facebooku in Instagramu in sledite novostim.
- Noga z možnostjo odjave: Če ne želite več prejemati naših e-poštnih sporočil, se lahko tukaj odjavite.

Ta e-poštna kampanja je oblikovana tako, da je privlačna, informativna in zelo personalizirana za vključitev specifičnega prejemnika, ki ga zanima raziskovanje jam na Sardiniji. Prilagoditev z imenom, privlačne slike in ciljno usmerjeni pozivi k dejanju bodo povečali verjetnost konverzije in sodelovanja.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER UPORABE SPECIFIČNIH METRIK ZA OCENO USPEŠNOSTI GEOTURISTIČNE KAMPANJE ZA GEOEXPLORESARDINIA

- E-poštna kampanja: “Odkrijte geološke čudeže Sardinije z našo ekskluzivno turo”
- Stopnja odpiranja e-pošte: Metrika: 25%. Analiza: 25-odstotna stopnja odpiranja kaže na znaten interes med prejemniki. Preizkušanje alternativnih zadev e-pošte bi lahko dodatno izboljšalo stopnjo odpiranja.
- Stopnja klikanja (CTR): Metrika: 12%. Analiza: 12-odstotna CTR je pozitiven znak, kar kaže, da je vsebina vzbudila zanimanje. Odseke z nižjo CTR je mogoče preveriti za optimizacijo.
- Stopnja konverzije pri rezervaciji: Metrika: 8%. Analiza: 8-odstotna stopnja konverzije pri rezervaciji je trden rezultat, ki kaže, da je kampanja spodbudila uporabnike k rezervacijam. Razmislek o načinih za povečanje te stopnje s posebnimi ponudbami ali spodbudami bi lahko bil koristen.
- Povprečni čas na strani po prejemu e-pošte: Metrika: povprečno 4 minute. Analiza: 4 minute kažejo na veliko angažiranost. Zagotavljanje, da je vsebina spletne strani v skladu s pričakovanji, ki jih postavlja e-pošta, je ključno.
- Zbrana povratna informacija in ocene: Metrika: 15 ocen s povprečno oceno 4,8 od 5. Analiza: Pozitivne ocene kažejo na splošno zadovoljstvo. Nadaljnje pridobivanje povratnih informacij bo pomagalo izboljšati izkušnjo.
- Stopnja zavrnitve pri rezervacijah: Metrika: 18%. Analiza: 18-odstotna stopnja zavrnitve na straneh za rezervacijo lahko pomeni, da so nekateri uporabniki opustili postopek rezervacije. Nadaljnja poenostavitev postopka ali zagotavljanje pomoči v realnem času bi bila lahko koristna.
- Uporaba hashtaga na družbenih omrežjih: Metrika: več kot 200 uporab na hashtag #GeoExploraSardegna. Analiza: Obsežna uporaba hashtaga kaže na aktivno sodelovanje skupnosti. Nadaljnje spodbujanje bo pripomoglo k širjenju dosega.
- Odgovori na e-pošto: Metrika: 10 neposrednih odgovorov. Analiza: Odzivi kažejo na neposredno angažiranost. Zagotovitev pravočasnih odgovorov bo ohranila odprt dialog.
- Primerjava z metrikami prejšnjih kampanj: Analiza: V primerjavi s prejšnjimi kampanjami opažamo 15-odstotno povečanje stopnje konverzije in 20-odstotno rast delitev na družbenih omrežjih. Ti pozitivni rezultati kažejo na napredek v naših marketinških strategijah.

Z uporabo teh specifičnih metrik lahko GeoExploreSardinia podrobno oceni uspešnost geoturistične kampanje, identificira, kje so že uspešni in priložnosti za izboljšanje ter tako optimizira prihodnje marketinške kampanje.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER A/B TESTIRANJA ZA OPTIMIZACIJO E-POŠTNE KAMPANJE ZA GEOEXPLORESARDINIA

- Cilj testa: Optimizirati stopnjo konverzije za e-poštno kampanjo “Odkrijte geološke čudeže Sardinije z našo ekskluzivno turo”.
- Spremenljivka za testiranje: Zadeva e-pošte
  - Različica A: Zadeva: “Odkrijte geološke čudeže Sardinije z našo ekskluzivno turo!”
  - Različica B: Zadeva: “Rezervirajte svojo ekskluzivno turo po jamah na Sardiniji zdaj!”
- Trajanje testa: En teden.
- Spremljane metrike:
  - Stopnja odpiranja e-pošte: Različica A: 25%. Različica B: 28%.
  - Stopnja klikanja (CTR): Različica A: 12%. Različica B: 15%.
  - Stopnja konverzije pri rezervaciji: Različica A: 8%. Različica B: 10%.
- Rezultati in analiza: Po enem tednu A/B testiranja rezultati kažejo, da je Različica B bolj opravila v ključnih metrikah:
  - Povečana stopnja odpiranja: Različica B je pokazala 3-odstotno povečanje stopnje odpiranja, kar kaže, da je zadeva, ki je bolj osredotočena na rezervacije, pritegnila več pozornosti.
  - Povečana stopnja klikanja: Različica B je dosegla 15-odstotno stopnjo klikanja v primerjavi z 12-odstotnim pri Različici A. Zadeva, usmerjena v akcijo, je spodbudila večje zanimanje.
  - Povečana stopnja konverzije pri rezervaciji: Različica B je pokazala povečanje stopnje konverzije pri rezervaciji z 8% na 10%, kar kaže, da je bolj neposreden pristop pripomogel k pretvorbi več uporabnikov v dejanske rezervacije.
- Odločitve in implementacija: Na podlagi pozitivnih rezultatov se GeoExploreSardinia odloči, da bo uporabila Različico B kot glavno zadevo za e-poštno kampanjo. Bolj neposreden in akcijsko usmerjen pristop se je izkazal za učinkovitejšega pri vključevanju uporabnikov in spodbujanju k rezervaciji geoloških tur v jamah na Sardiniji.

Ta primer ponazarja, kako se lahko A/B testiranje uporablja za optimizacijo specifičnih elementov e-poštne kampanje, kar omogoča GeoExploreSardinia, da sprejme odločitve na podlagi podatkov, za povečanje učinkovitost svojih marketinških strategij.

## PRAKTIČNI PRIMERI

### PRIMER SINHRONIZACIJE ZA INTEGRIRANO PROMOCIJO GEOEXPLORESARDINIA

Cilj: Promovirati novo geološko turo v gorah Sardinije.

SEO dejavnosti:

- Raziskava ključnih besed: Identificirati in optimizirati spletno stran za ustrezne ključne besede, kot so “Geološke ture na Sardiniji”, “Raziskovanje sardinskih gora”, itd.
- Vsebina spletne strani: Ustvariti ciljne podstrani na spletni strani s podrobnimi vsebinami o novi turi, vključno z itinerarji, geološkimi značilnostmi in praktičnimi podrobnostmi za obiskovalce.
- Gradnja povezav: Izvesti strategijo gradnje povezav, da se pridobijo povratne povezave iz relevantnih geoturističnih strani, lokalnih vodičev in popotniških blogov.

Družbena omrežja:

- Objave o novi turi: Ustvariti privlačne objave o novi turi in jih deliti na glavnih kanalih, kot so Facebook, Instagram in Twitter.
- Privlačna vizualna vsebina: Objaviti privlačne slike in videe s ture, ki prikazujejo dih jemajoče pokrajine, edinstvene geološke formacije in pričevanja udeležencev.
- Angažiranje skupnosti: Vključiti geološko skupnost z anketami, kvizi ali nagradnimi igrami na družbenih omrežjih, ki spodbujajo sodelovanje in deljenje vsebine.

E-poštno trženje:

- Vključitev v mesečno e-novico: Vključiti novo turo v mesečne e-novice, poslane naročnikom, z ekskluzivnimi predogledi, popusti ali dodatnimi vsebinami.
- Segmentacija glede na zanimanja: Uporabiti specifično segmentacijo glede na geoturistična zanimanja za pošiljanje personaliziranih e-poštnih sporočil tistim, ki so prej izkazali zanimanje za podobne ture.

### Integrirani rezultati:

- Poenoteno spremljanje metrik: Uporabiti analitična orodja, ki omogočajo poenoteno spremljanje metrik, vključno z obiski spletne strani, kliki na družbenih omrežjih, odpiranjih e-pošte in konverzijah.
- Posodobitve čez vse kanale: Deliti posodobitve prek vseh kanalov, da se zagotovi, da je enaka informacija posredovana dosledno in pravočasno.
- Prilagoditve v realnem času: Dinamično odzivanje na pridobljene podatke. Na primer, če družbeni oglasi pridobijo veliko pozornosti, povečajte proračun za oglaševanje v tej smeri.
- Integrirano zbiranje povratnih informacij: Zbiranje povratnih informacij iz vseh kanalov in uporaba za optimizacijo prihodnjih promocij.

Ta primer prikazuje integriran in sinergijski pristop, kjer so aktivnosti optimizacije za iskalnike, družbenih omrežij in e-poštnega trženja sinhronizirane, da se maksimizira učinek promocije nove geološke ture. Doslednost sporočil in prilagoditve na podlagi podatkov v realnem času prispevajo k učinkoviti integrirani promocijski kampanji.



# KAKO PODATI VSEBINO: Strategije digitalnega trženja za turistične vodnike in agente

## PREGLED:

Ta del izobraževalnega programa podaja informacije o osnovnih digitalnih marketinških orodjih in strategijah, ki lahko turističnim vodnikom in agatom pomagajo pri njihovem poslovanju.

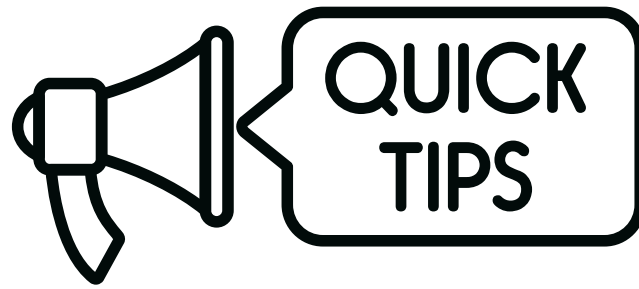
UČNI NAČRT TEGA DELA IZOBRAŽEVANJA JE ZASNOVAN ZA TRAJANJE **2 TEDNOV**.

### **Teden 1: Osnove načrtovanja spletnih strani in trženje na družbenih omrežjih**






- Lekcija 1: Načrtovanje in izdelava spletne strani
  - Uvod, cilji in pričakovanja.
  - Predavanje o osnovah načrtovanja in izdelave spletnih strani za turistične vodnike/agente.
  - Praktični primeri.
- Lekcija 2: Načrtovanje in izdelava spletne strani
  - Skupinska dejavnost: postavljanje strategije spletne strani turističnega vodnika/agencije.
- Lekcija 3: Trženje na družbenih omrežjih
  - Predavanje o osnovah trženja na družbenih omrežjih.
  - Praktični primeri.
- Lekcija 4: Trženje na družbenih omrežjih
  - Uporaba trženja na družbenih omrežjih za turistične vodnike/agente.
  - Skupinska dejavnost: priprava strategije trženja na družbenih omrežjih za vaše podjetje.

### **Teden 2: Osnove optimizacije za iskalnike in e-poštno trženje**

- Lekcija 5: Optimizacija za iskalnike
  - Predavanje o osnovah optimizacije za iskalnike.
  - Praktični primeri.
- Lekcija 6: Optimizacija za iskalnike
  - Tehnični vidiki SEO, najboljše prakse in trendi SEO.
  - Skupinska dejavnost: priprava vsebine za vašo spletno stran.
- Lekcija 7: Trženje preko e-pošte
  - Predavanje o načelih e-poštnega trženja.
  - Praktični primeri.
- Lekcija 8: Trženje preko e-pošte
  - Praktična aktivnost: priprava kampanje e-poštnega trženja.



## DODATNI PREDLOGI ZA MENTORJE

-  Spodbujajte aktivno sodelovanje in krepite angažiranost udeležencev s pomočjo skupinskih razprav in interaktivnih dejavnosti.
-  Ohranjajte angažiranost udeležencev z vključenimi načrtovanimi odmori med lekcijami.
-  Po potrebi prilagodite urnik, vključite gostujoče predavatelje in terenske obiske.
-  Uporabite primere iz resničnega sveta in študije primerov iz turistične industrije, da bi ponazorili ključne koncepte in pokazali, kako lahko digitalne marketinške strategije učinkovito uporabimo v praksi.
-  Vzpostavite jasne mehanizme za povratne informacije, da zberete mnenja udeležencev o vsebini tečaja, metodah izvedbe in splošni učni izkušnji ter uporabite te povratne informacije za potrebne prilagoditve in izboljšave.

## PRAKTIČNA ORODJA:

- WordPress: <https://wordpress.com/> - najbolj razširjen in uporabniku prijazen sistem za upravljanje vsebin, ki omogoča ustvarjanje in upravljanje spletne strani brez znanja programiranja.
- Mailchimp: <https://mailchimp.com> - platforma za e-poštno trženje in orodje za avtomatizacijo trženja, ki omogoča oblikovanje, pošiljanje in sledenje kampanjam e-poštnega trženja.
- Brevo (ex Sendingblue): <https://www.brevo.com>
- Google's Search Engine Optimization Starter Guide: <https://developers.google.com/search>

## NASVETI ZA PODAJANJE VSEBINE

1. Organizirajte manjše učne skupine, kjer lahko udeleženci sodelujejo, delijo izkušnje in izmenjujejo najboljše prakse pri uporabi digitalnih marketinških strategij v turističnem sektorju.
2. Pripravite simulacijske vaje ali scenarije iz resničnega sveta, ki jih je mogoče uporabiti med lekcijami za simulacijo praktičnih izzivov digitalnega marketinga, s katerimi se srečuje turistična industrija.
3. Povabite gostujoče predavatelje iz turistične industrije z izkušnjami v digitalnem marketingu, ki bodo z udeleženci delili svoje izkušnje.
4. Vključite interaktivne elemente, kot so ankete, kvizi in multimedijske predstavitve, da bi ohranili angažiranost udeležencev in olajšali aktivno učenje.
5. Vključite praktične dejavnosti in vaje, ki omogočajo udeležencem, da uporabijo digitalne marketinške tehnike v simuliranih scenarijih, relevantnih za njihove vloge turističnih vodičev.
6. Zagotovite praktične demonstracije digitalnih marketinških orodij in platform, ki se pogosto uporabljajo v turistični industriji, kot so orodja za upravljanje družbenih omrežij, platforme za e-poštno trženje in programska oprema za analizo spletnih strani.
7. Namenite čas za vprašanja, kjer lahko udeleženci iščejo pojasnila in razpravljajo o morebitnih izzivih pri izvajanju digitalnih marketinških strategij kot turistični vodiči.
8. Ocenjujte znanje s pomočjo kvizov, nalog in skupinskih projektov, in spremljajte razumevanje in napredek udeležencev skozi celoten tečaj. Zagotovite dodatne vire, kot so dodatna branja, spletni tečaji in praktični vodniki, da bi pomagali udeležencem še naprej razvijati svoje digitalne marketinške veščine po končanem tečaju.
9. Spodbujajte udeležence, naj razmislijo, kako lahko uporabijo digitalne marketinške veščine, ki so se jih naučili, za izboljšanje svoje vloge kot turistični vodiči in izboljšanje splošne izkušnje obiskovalcev.

## DODATNI VIRI

Adam Clarke: SEO 2024: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies

Ahref Blog: <https://ahrefs.com>

Eric J. Scott: Email Marketing: Strategies to Capture and Engage Your Audience, While Quickly Building an Authority

Litmus Blog: [PRACTICAL TOOLS:](#)

Moz Blog: <https://moz.com/blog>

Matthew Paulson: Email Marketing Demystified: Build a Massive Mailing List, Write Copy that Converts, and Generate More Sales

Peter Kent: SEO for dummies



# PREVERI ZNANJE: Strategije digitalnega trženja



## NAČRTOVANJE IN IZDELAVA SPLETNIH STRANI

- Kakšne so prednosti dobre spletne strani za turističnega vodnika/agenta?
- Kakšen je namen spletne strani za turističnega vodnika/agenta? Kako lahko prispeva k izboljšanju poslovanja?
- Kateri so ključni elementi uspešne spletne strani in kako prispevajo k splošni uporabniški izkušnji?
- Zakaj je pomembno deliti natančne in ažurne informacije?
- Kaj je ciljna publika in zakaj je pomembno, da jo opredelimo?
- Razpravljajte o strategijah za izvedbo raziskav ciljnih skupin in vključevanju načel oblikovanja, osredotočenih na uporabnika, v načrtovanje spletnih strani za turistična podjetja.
- Kako se lahko analitika spletnih strani in meritve učinkovitosti uporabijo za optimizacijo oblikovanja spletne strani in vsebine za boljše sodelovanje in stopnje konverzije?

## TRŽENJE NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

- Kako lahko družbena omrežja pomagajo turističnim vodnikom/agentom v njihovem poslovanju?
- Kakšne so prednosti in izzivi uporabe družbenih omrežij za trženje turističnih podjetij?
- Delite primere učinkovitih marketinških kampanj na družbenih omrežjih v turistični industriji. Katere strategije in taktike so bile uporabljene za vključevanje sledilcev in doseganje rezultatov?
- Katere metrike lahko uporabimo za analizo našega delovanja na družbenih omrežjih in kako nam lahko analiza pomaga pri nadaljnjih dejavnostih?
- Kako lahko turistični strokovnjaki izkoristijo vsebine, ki jih ustvarijo uporabniki, partnerstva z vplivneži in angažiranje sledilcev, da bi izboljšali svoje marketinške dejavnosti na družbenih omrežjih?

## OPTIMIZACIJA ZA ISKALNIKE

- Kaj pomeni kratica SEO in kaj je njegov osnovni cilj za spletne strani?
- Pojasnite pomen SEO pri izboljšanju spletne vidljivosti in odkrivanja turističnih spletnih strani.
- Zakaj je SEO še posebej pomemben za okoljske vodiče, ki ponujajo geološke ture?
- Podajte primer, kako se lahko SEO uporabi v vsebini za geološko turo, vključno z naslovom, meta opisom in vsebino strani.

- Kaj je prvi ključni korak v procesu optimizacije za iskalnike pri promociji geoloških turističnih paketov?
- Opišite dva ukrepa, ki ju lahko spletne strani geoloških vodičev izvedejo kot del učinkovite strategije gradnje povezav.
- Zakaj je optimizacija za mobilne naprave pomembna za spletno stran in kaj je namen ustvarjanja trajno relevantne vsebine?
- Razpravljajte o najboljših praksah za izvedbo raziskave ključnih besed, optimizacijo vsebine spletne strani in gradnjo povratnih povezav za izboljšanje uvrstitve v iskalnikih za ključne besede, povezane s turizmom.
- Kako lahko turistični strokovnjaki spremljajo in merijo učinkovitost svojih prizadevanj za SEO z orodji, kot sta Google Analytics in Google Search Console?

### TRŽENJE PREKO E-POŠTE

- Kakšno vlogo ima e-poštno trženje v celotni digitalni marketinški strategiji?
- Kako ciljne e-poštne kampanje koristijo turističnim vodnikom in katere strategije povečujejo angažiranost sledilcev?
- Pojasnite pomen segmentacije seznama v e-poštnem trženju in njegovo vlogo pri pošiljanju personalizirane vsebine.
- Katera praktična znanja ste pridobili pri oblikovanju uspešnih e-poštnih kampanj in kako bi pristopili k personalizaciji vsebine?
- Kako integracija e-poštnega trženja s SEO in družbenimi omrežji prispeva k bolj učinkoviti marketinški strategiji?
- Katere metrike bi analizirali z uporabo analitičnih orodij za merjenje uspeha e-poštne kampanje v geoturizmu?
- Kakšen je pomen A/B testiranja pri optimizaciji e-poštnih kampanj in ali lahko podate kratek primer scenarija in njegov vpliv?
- Opišite primere učinkovitih e-poštnih marketinških kampanj za turistična podjetja. Kako so segmentacija, personalizacija in avtomatizacija izboljšali učinkovitost teh kampanj?
- Razpravljajte o strategijah za gradnjo in rast seznama naročnikov na e-pošto ter o oblikovanju privlačne vsebine e-pošte, ki spodbuja angažiranost in konverzije.



# 5.3 POGLAVJE 3

## Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu

Tretje poglavje se osredotoča na praktično učenje z dejavnostmi na terenu, zbiranjem vzorcev in izobraževalnimi dejavnostmi za izboljšanje komunikacijskih spretnosti turističnih vodnikov in agentov.

To poglavje povzema učne cilje in izide za vsak modul, ponuja pregled vsebine modulov in praktične primere. Na koncu poglavja so priporočila, kako podati obravnavane vsebine in preveriti znanje o teh tematikah.

### PREGLED POGLAVJA

**Modul 1:** Tehnike komunikacije na terenu

**Modul 2:** Tehnike prepoznavanja vzorcev

**Modul 3:** Izobraževalne igre in dejavnosti

**Kako podati vsebino:** Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu

**Preveri znanje:** Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu



### 5.3.1 MODUL 1: Tehnike komunikacije na terenu

Ta modul obravnava tehnike komunikacije na terenu in se osredotoča na to, kako lahko z učinkovito komunikacijo obogatimo turistične izkušnje ter spodbudimo večjo okoljsko ozaveščenost in spoštovanje narave.

## UČNI CILJI

- Prepoznavanje in razvrščanje temeljnih vrst kamnin.
- Uporaba interaktivnih komunikacijskih tehnik v geoturizmu.
- Uporaba različnih medijev za izboljšanje znanja o geoturizmu.

## UČNI IZIDI

- Udeleženci bodo pridobili spretnost pri prepoznavanju in razvrščanju temeljnih vrst kamnin v geoturističnih okoljih.
- Udeleženci se bodo naučili učinkovito uporabiti interaktivne komunikacijske tehnike, da bi spodbudili angažiranost in izmenjavo znanja med turisti.
- Udeleženci bodo obogatili razumevanje geoturizma z uporabo različnih medijev, kar bo prispevalo k celoviti izobraževalni izkušnji.

## VSEBINA MODULA

Pogoste komunikacijske tehnike v geoturizmu, kot so: igre na terenu in geoturistične poti, programi zvestobe, informacijske table, mobilne aplikacije, interaktivni informacijski centri, terenski vodiči, izobraževalne postaje in virtualni sprehodi.

## PRAKTIČNI PRIMERI

Program zvestobe v Geoparku dežele ugaslih vulkanov: Postani Raziskovalec dežele ugaslih vulkanov!

1. Pridobi svoj potni list
2. Zbiraj žige
3. Zbiraj nalepke
4. Zasluži si medaljo!

Nagrade čakajo tiste, ki zberejo zadostno število žigov in nalepk: medalje za Raziskovalce dežele ugaslih vulkanov, izdelane s strani lokalnih umetnikov, na voljo v bronasti (leseni), srebrni in zlati (keramični) izvedbi. Medaljo boš prejel/-a v Sudetskem geoznanstvenem centru. Več informacij: <https://youtu.be/lzTGMYhrEes>



## 5.3.2 MODUL 2: Tehnike prepoznavanja vzorcev

Cilj tega modula je pridobiti znanje o vrstah kamnin, ki sestavljajo litosfero našega planeta, ter sposobnost prepoznavanja teh kamnin v terenskih pogojih.

## UČNI CILJI

- Razlikovanje osnovnih vrst kamnin.
- Prepoznavanje vzorcev kamnin.
- Opis značilnosti vzorcev kamnin.

## UČNI IZIDI

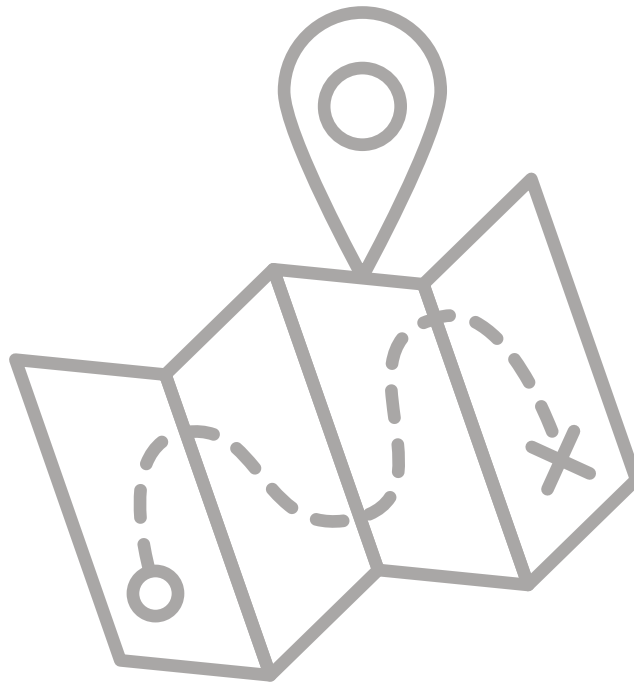
- Sposobnost prepoznavanja vzorcev kamnin.
- Spretnost opisovanja makroskopskih značilnosti vzorcev kamnin.
- Osnovno razumevanje procesov, ki oblikujejo kamnine v litosferi.

## VSEBINA MODULA

1. Razvrstitev kamnin in njihove značilnosti.
2. Magmatske kamnine.
3. Sedimentne kamnine.
4. Organske sedimentne kamnine.
5. Metamorfne kamnine.

## PRAKTIČNI PRIMERI

- Opazovanje kamnin na dobro opisanih lokacijah.
- Temeljite opis vzorcev kamnin glede na strukturne, teksturne in fizikalno-kemične značilnosti.
- Prednostno zbiranje vzorcev kamnin.



### 5.3.3 MODUL 3: Izobraževalne igre in dejavnosti

Med geoturističnimi izleti imajo vodene izobraževalne igre ključno vlogo. Služijo tako šolskim skupinam kot tudi odraslim ali družinam.



## UČNI CILJI

- Razumevanje vloge izobraževalnih iger in dejavnosti v geoturizmu.
- Poznavanje različnih oblik izobraževalnih dejavnosti, kot so predavanja, razprave in praktični eksperimenti.
- Poznavanje delavnic na prostem, osredotočenih na geologijo, ki spodbujajo angažiranost in interakcijo z geološkimi značilnostmi.

## UČNI IZIDI

- Celovito znanje o izobraževanju v geoturizmu: Udeleženci bodo pridobili poglobljeno razumevanje vloge in pomena izobraževalnih iger in dejavnosti v kontekstu geoturizma.
- Praktična uporaba konceptov geologije: Udeleženci bodo pridobili praktično znanje in spretnosti skozi delavnice na prostem, osredotočene na geologijo, vključno s prepoznavanjem kamnin, geološkim kartiranjem in praktičnimi eksperimenti, kar bo spodbujalo oprijemljivo povezavo s geološkimi koncepti.
- Učinkovito načrtovanje in izvedba izobraževalnih iger: Udeleženci se bodo naučili načrtovati in izvajati izobraževalne igre, od osnovnih do naprednih, s poudarkom na geologiji. To znanje je namenjeno izboljššanju učne izkušnje in zagotavljanju prijetnega ter učinkovitega učnega procesa za raznolike ciljne skupine.

## VSEBINA MODULA

Pregled izobraževalnih dejavnosti za izobraževanje v geoturizmu.

## PRAKTIČNI PRIMERI

Ime igre: "Geološki lovci na zaklade".

Opis igre: Izobraževalna pustolovska igra, ki spodbuja udeležence k raziskovanju geološke poti, v iskanju geoloških "zakladov". Primerna za otroke in odrasle.

Priprava: Pripravite zemljevid geološke poti z označenimi točkami. Skrijte majhne geološke "zaklade" ob poti (barvni kamni, minerali, itd.).

Pravila igre: Razdelite udeležence v ekipe. Vsaki ekipi/igralcu dajte zemljevid. Cilj je najti čim več "zakladov". Igralci se orientirajo z uporabo zemljevida, zbirajo in dokumentirajo najdene predmete. Zmaga ekipa/igralec z največ "zakladi".



# KAKO PODATI VSEBINO: Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu

## PREGLLED:

Ta del izobraževalnega programa podaja znanje in praktične veščine s področja komunikacijskih spretnosti, s katerimi vodniki turistom lahko zagotovijo bogate izkušnje, hkrati pa spodbujajo trajnostni geoturizem.

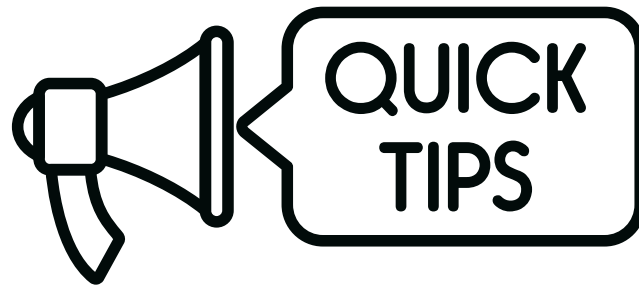
UČNI NAČRT TEGA DELA IZOBRAŽEVANJA JE ZASNOVAN ZA TRAJANJE **2 TEDNOV**.

### **Teden 1: Tehnike komunikacije na terenu & tehnike prepoznavanja vzorcev**






- Lekcija 1: Tehnike komunikacije na terenu
  - Uvod v tečaj, cilji in pričakovanja.
  - Pogoste komunikacijske tehnike v geoturizmu.
  - Praktični primeri.
- Lekcija 2: Tehnike prepoznavanja vzorcev
  - Teoretične osnove.
  - Predstavitev vzorcev kamnin in opis njihovih strukturnih ter teksturnih značilnosti.
- Lekcija 3: Tehnike prepoznavanja vzorcev
  - Terenski obisk.
  - Skupinski premislek in razprava o terenski izkušnji.

### **Teden 2: Izobraževalne igre in dejavnosti**

- Lekcija 4: Izobraževalne igre in dejavnosti
  - Predavanje o izobraževalnih igrah in dejavnostih v geoturizmu.
  - Praktični primeri.
- Lekcija 5: Izobraževalne igre in dejavnosti
  - Pregled študij primerov.
  - Skupinski premislek in razprava.
- Lekcija 6: Izobraževalne igre in dejavnosti
  - Terenski obisk.
  - Skupinski premislek in razprava o terenski izkušnji.



## DODATNI PREDLOGI ZA MENTORJE

-  Načrtujte periodične premore med posameznimi sejami za ohranjanje angažiranosti udeležencev.
-  Spodbujajte aktivno sodelovanje skozi skupinske razprave, seje vprašanj in odgovorov ter interaktivne dejavnosti.
-  Namenite čas za sprotno ocenjevanje, da zagotovite, da udeleženci prejmejo pravočasne povratne informacije.
-  Organizirajte terenski obisk lokalnega geološko zanimivega mesta ali muzeja, da udeležencem omogočite praktično izkušnjo in globlje razumevanje terenskega delovanja in interakcij znotraj skupnosti.
-  Povabite gostujoče predavatelje s strokovnim znanjem s področja geologije, da zagotovite celovite informacije o temi.

## NASVETI ZA PODAJANJE VSEBINE

### Modul 1

V izobraževanju o geologiji pogosto vključujemo pedagoge s specialisti z naprednimi akademskimi kvalifikacijami. Ustno pripovedovanje opazovanih pojavov na terenu je splošno sprejeta metoda za izobraževanje odraslih udeležencev. Ker se znanosti o Zemlji pogosto dojemajo kot zahtevne in običajno niso vključene v splošno izobraževanje, je potrebno uporabljati terminologijo, ki je razumljiva udeležencem. Predstavljanje primerov iz resničnega sveta in primerjave z običajnimi pojavi sta ključna.

Vizualni pripomočki izboljšajo opise in jih naredijo bolj dostopne. Mnoge geološke in geomorfološke strukture niso popolnoma vidne zaradi velikosti, vegetacije in antropogenih sprememb. Vizualni pripomočki, kot so ilustracije, diagrami, zemljevidi, preseki in prikazi preteklih okoljskih stanj, pomagajo predstaviti dinamiko geoloških in geomorfoloških procesov.

Laminirane slike so praktične za terenske pogoje. V terenskih pogojih lahko izvajamo različne vrste meritev, odvisno od okoljskih razmer, razpoložljivih merilnih orodij in metod, uporabljenih v različnih znanostih.

## Modul 2

Temeljna učna metoda v tem modulu mora vključevati predstavitev vzorcev kamnin in opis njihovih strukturnih in teksturnih značilnosti. Pomembno je opozoriti, da se nekatere kamnine lahko razvrstijo pod eno ime na podlagi njihove kemijske sestave in procesa nastajanja, vendar se lahko razlikujejo po svojih strukturnih in teksturnih značilnostih. Zato je ključno predstaviti najpogostejše oblike teh kamnin. Najbolj učinkovit način za njihovo predstavitev je seveda prek neposrednega opazovanja vzorcev; digitalni materiali, kot so videoposnetki in fotografije, se lahko uporabljajo kot sekundarno sredstvo.

## Modul 3

Ocenjevanje na podlagi scenarijev: Pripravite ocenjevanja na podlagi scenarijev, povezanih z geoturizmom, ki od udeležencev zahtevajo uporabo njihovega znanja in veščin reševanja problemov v resničnih situacijah. Na primer, predstavite hipotetičen scenarij v geoturizmu in prosite učence, da predlagajo izobraževalne dejavnosti ali igre, primerne za dani kontekst.

Ocenjevanje uspešnosti na terenu: Organizirajte terenske preizkuse, kjer lahko udeleženci pokažejo svoje veščine, pridobljene skozi delavnice na prostem. To lahko vključuje naloge, kot so prepoznavanje geoloških značilnosti, razlago geoloških procesov ali demonstriranje sposobnosti vodenja drugih v izobraževalnem okolju na prostem.

Študije primerov in analiza: Predstavite študije primerov, ki se nanašajo na uspešne izobraževalne programe v geoturizmu. Prosite udeležence, da analizirajo te primere, identificirajo ključne komponente, ki prispevajo k uspehu, ter predlagajo izboljšave ali spremembe na podlagi njihovega na novo pridobljenega znanja.

# PREVERI ZNANJE: Geoturizem v praksi in izobraževanje na terenu




## VPRAŠANJA ZA DISKUSIJO

- Kako lahko geoturistične dejavnosti oblikujemo tako, da zmanjšajo vpliv na okolje in spodbujajo odgovorno vedenje?
- Opišite primere uspešnih geoturističnih produktov po svetu in analizirajte njihove ključne značilnosti.
- Kako lahko izkustveno učenje na terenu izboljša razumevanje geoloških konceptov in procesov pri študentih?
- Razpravljajte o različnih strategijah za izvajanje učinkovitih terenskih izletov v izobraževanju o geologiji, vključno s pripravo pred izletom, dejavnostmi na kraju samem in razmislekom po izletu.
- Delite primere inovativnih tehnik terenskega izobraževanja, ki spodbujajo aktivno sodelovanje in kritično razmišljanje med študenti. Kako te tehnike prispevajo k globljemu razumevanju geologije?
- Katere so nekatere ključne značilnosti in lastnosti, ki se uporabljajo za prepoznavanje različnih vrst kamnin na terenu?
- Kako lahko pedagogi omogočijo dejavnosti za prepoznavanje vzorcev kamnin, ki so prilagojene različnim učnim slogom in stopnjam spretnosti?
- Razpravljajte o koristih vključevanja izobraževalnih iger in dejavnosti v terensko izobraževanje o geologiji. Kako te interaktivne metode izboljšujejo učne izide in angažiranost študentov?
- Delite primere izobraževalnih iger ali dejavnosti, ki jih je mogoče prilagoditi za poučevanje spretnosti prepoznavanja kamnin na terenu. Kako te dejavnosti izpolnjujejo različne učne cilje in spodbujajo sodelovalno učenje?

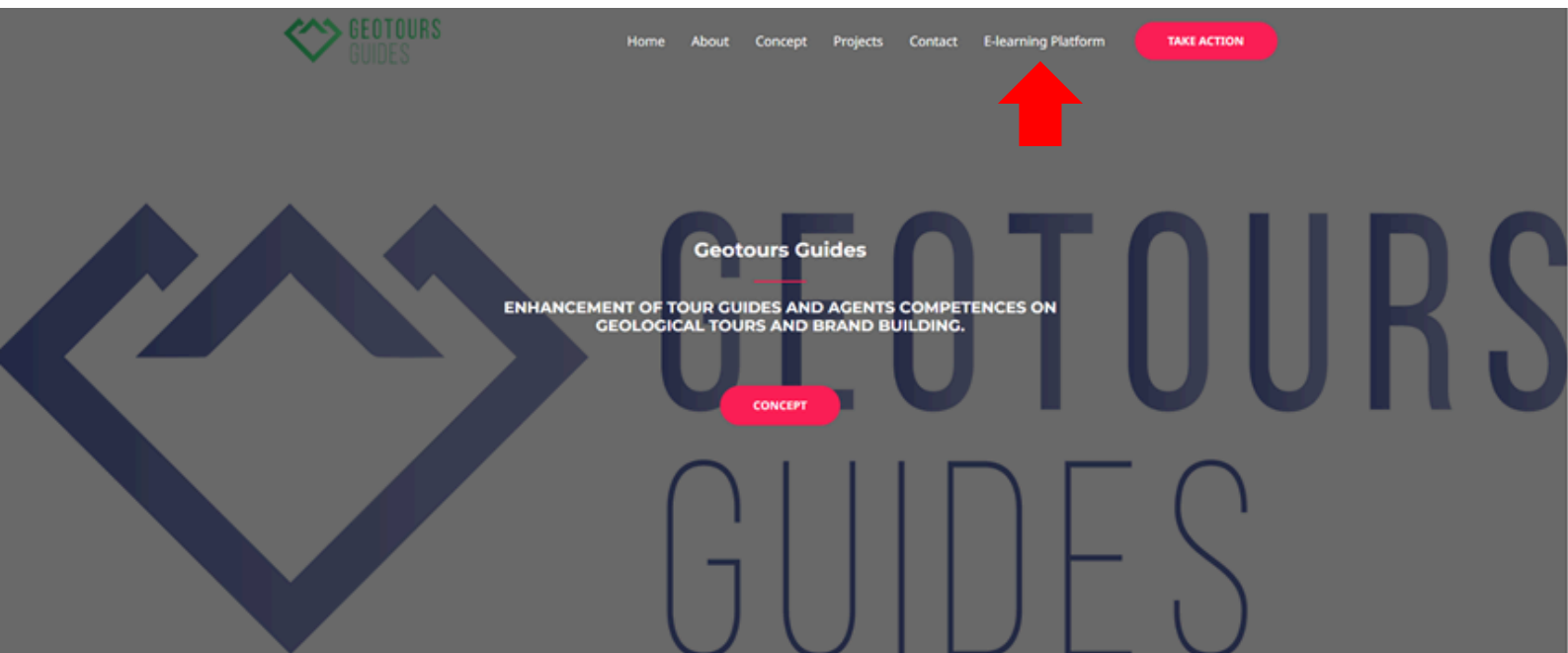


Izobraževalni program je na voljo v obliki spletne učne platforme, kjer imajo študenti dostop do študijskih gradiv kadarkoli, tečaj lahko prilagodijo svojemu urniku in imajo priložnost preizkusiti svoje znanje z uporabo kratkega kviza, ki ponavlja vsebino posameznih modulov.

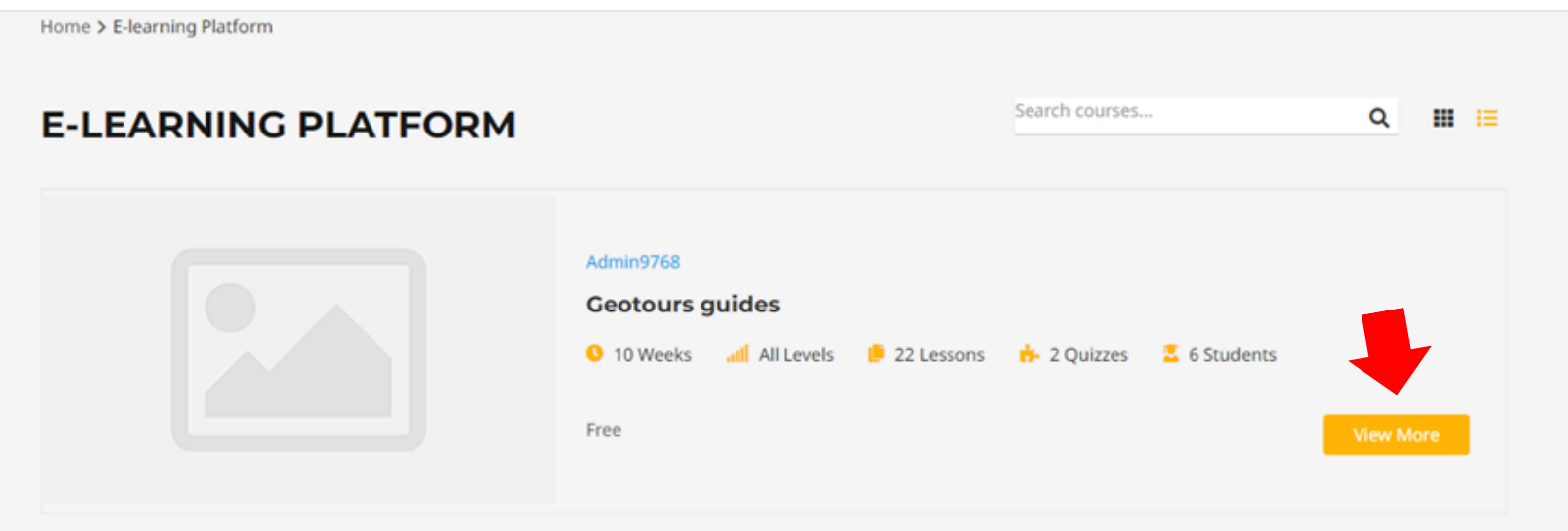

 Do spletne učne platforme lahko dostopate prek spletne strani <https://www.geotours-guides.com/>.

## Kako uporabljati platformo?

### **KORAK 1** : Kliknite na “Spletna učna platforma”/“E-learning platform”



### **KORAK 2** : Kliknite na “Poglej več”/“View more”



### **KORAK 3 : Kliknite na “Začnite zdaj”/“Start now”**

Home > E-learning Platform > Geotours guides

Instructor  
Admin9768

Category  
Uncategorized

## GEOTOURS GUIDES

🕒 10 Weeks   📊 All Levels   📖 22 Lessons   🏆 2 Quizzes   👤 6 Students

Requirements

Features

Target audiences



Free

Start Now



### **KORAK 4 : Prijavite se – ustvarite svoj uporabniški račun**

#### Sign up

Email address \*

Username \*

Password \*

Confirm Password \*


Already had an account? [Sign in.](#)

Note to administrator

Place Order

By completing your purchase you agree to those [Term Conditions.](#)

#### Your order

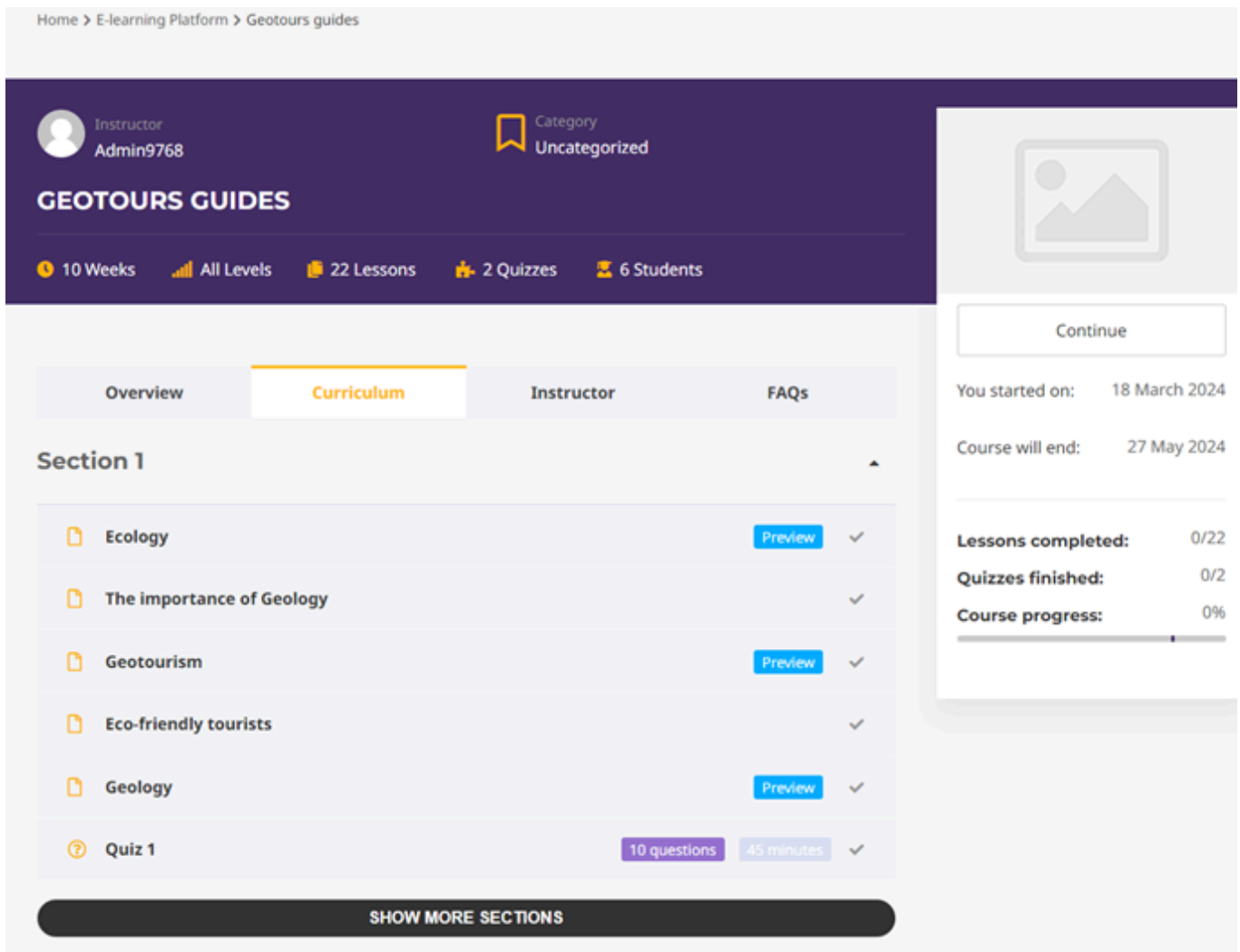
	<b>Geotours guides</b>	\$0.00
<b>Subtotal</b>		\$0.00
<b>Total</b>		<b>\$0.00</b>

### **KORAK 5 : Kliknite na “Oddaj naročilo”/“Place order”**





## **KORAK 6 : Na voljo so tečaji, lekcije, kvizi in vprašanja**



Home > E-learning Platform > Geotours guides

Instructor: Admin9768 | Category: Uncategorized

### GEOTOURS GUIDES

10 Weeks | All Levels | 22 Lessons | 2 Quizzes | 6 Students

Overview | **Curriculum** | Instructor | FAQs

#### Section 1

Ecology	Preview	✓
The importance of Geology		✓
Geotourism	Preview	✓
Eco-friendly tourists		✓
Geology	Preview	✓
Quiz 1	10 questions   45 minutes	✓

SHOW MORE SECTIONS

Continue

You started on: 18 March 2024  
Course will end: 27 May 2024

Lessons completed: 0/22  
Quizzes finished: 0/2  
Course progress: 0%

Spletna učna platforma je brezplačno orodje za učenje o geologiji, geoturizmu v povezavi z marketingom ter dejavnostih, ki vključujejo učence v geološke ture.

Namen tega novega izobraževalnega tečaja za turistične vodnike, študente turističnih vodnikov in turistične agente je okrepiti in razširiti njihove geološke kompetence poleg njihove osnovne izobrazbe na področju geoturizma in blagovne znamke, da bi olajšali prehod od teorije k praksi.



**Viri**

## Viri

- Albors J., Ramos J.C. and Hervás J.L., 2008. New learning network paradigm: Communities of objectives, crowdsourcing, wikis and open source. *International Journal of Information Management*, 28, pp. 194-202. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-504/>
- Alexander, L. (2022). How to Write a SMART Goal [+ Free SMART Goal Template]. Hubspot. [https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-write-a-smart-goal-template?hubs\\_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs\\_content-cta=How%20to%20Write%20a%20SMART%20Goal](https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-write-a-smart-goal-template?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs_content-cta=How%20to%20Write%20a%20SMART%20Goal)
- Adedoyin, I. (2023). 10 Benefits of a website for a small business. <https://www.linkedin.com/pulse/10-benefits-website-small-business-irerinsola-adedoyin/>
- Alexandrova, M. (2023). 10 Benefits of having a website for your small business. [www.top10.com](http://www.top10.com). <https://www.top10.com/website-builders/10-benefits-of-having-a-website-for-your-small-business>,
- Astra, T. (2023). How to create a Website: free in-depth guide for beginners. Astra. <https://wpastra.com/guides-and-tutorials/how-to-create-a-website/>
- B. Tourtellot, J. (2016). The Geotourism Approach: an overview of implications and potential effects. *Le Pagine Di Risposte Turismo*, Numero Due.
- Baker, K. (2023). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing>
- Baker, K. (2023b). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing#benefits-of-social-media-marketing>
- Bartlett, M. (2010). How to use social media to develop realtor relationships. *Credit Union Journal*, 14(39), p. 4.
- Bishop, A. C.(1999). Cambridge guide to minerals, rocks and fossils. Cambridge University Press.
- Bollati, I., Caironi, V., Gallo, A., Muccignato, E., Pelfini, M., & Bagnati, T. (2023). How to integrate cultural and geological heritage? The case of the Comuniterrae project (Sesia Val Grande UNESCO Global Geopark, northern Italy). *AUC GEOGRAPHICA*, 58(1), 129-145. <https://doi.org/10.14712/23361980.2023.10>
- Carmicheal, K. (2023). Which Social Media Metrics Are Marketers Tracking? [New Research]. Hubspot. [https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-metrics-ceos-cares-about?hubs\\_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs\\_content-cta=Social%20media%20metrics](https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-metrics-ceos-cares-about?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fsocial-media-marketing&hubs_content-cta=Social%20media%20metrics)
- Coratza, P., Gauci, R., Schembri, J., Soldati, M., & Tonelli, C. (2015). Bridging Natural and Cultural Values of Sites with Outstanding Scenery: Evidence from Gozo, Maltese Islands. *Geoheritage*, 8(1), 91-103. <https://doi.org/10.1007/s12371-015-0167-7>

- De Jong, A. (2023). Why good tour guides are important. Good Tourism Institute. <https://goodtourisminstitute.com/library/good-tour-guides/>, OECD (2019). What is an “online platform”? In OECD eBooks (pp. 19–26). <https://doi.org/10.1787/19e6a0f0-en>
- Dowling, R. K. (2013). “Geotourism’s Global Growth – The Story Continues.” *Geoheritage*, 5(1), 5–16.
- Dryglas, D., & Miśkiewicz, K. (2014). Construction of the geotourism product structure on the example of Poland. In *International Multidisciplinary Scientific GeoConference Surveying Geology and Mining Ecology Management, SGEM, Vol. 2: 155–162.*
- Duggal, N. (2023). 14 Essentials of Social media Marketing to boost your business. Simplilearn.com. <https://www.simplilearn.com/essentials-of-social-media-marketing-article>
- Ecotourism and Protected areas | UN Tourism. (n.d.). <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas#:~:text=According%20to%20the%20UNWTO%27s%20definition,cultures%20prevailing%20in%20natural%20areas>
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). “Geotourism and local development: A case study in Portugal.” *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68–81.
- Filo, K., Lock, D. and Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review*, 18(2), pp.166–181.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). “Community-based tourism: A success?” *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 103–121.
- Hackworth, B.A. and Kunz, M.B. (2010). Health care and social media: building relationships via social networks. *Academy of Health Care Management Journal*, 6(1), pp. 55–67
- Hall, C. M., & Boyd, S. (2005). “Nature-based tourism in peripheral areas: Development or disaster?” Channel View Publications.
- Higham, J., & Carr, A. (2003). “Tourism, Recreation, and Regional Development: New Perspectives.” Channel View Publications.
- How having a website can benefit your business | The Hartford. (n.d.). <https://www.thehartford.com/business-insurance/strategy/building-website/10-reasons-need-website>
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M., 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), pp.59–68.
- Kelvadi, S. (2023). Website Planning Process – WordPress Marketing Guide. Pixelmattic. <https://www.pixelmattic.com/wordpress-marketing/website-planning-process/>
- Majjistral Nature and History Park – Majjistral Nature and History Park, Malta. (n.d.). <https://majjistral.org/>

- Mohammadian, M., & Mohammadreza, M. (2012). Identify the success factors of social Media (Marketing Perspective). *International Business Management*, 4(2), 58–66. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820120402.1120>
- Mugdhaitwebgmailcom, & Mugdhaitwebgmailcom. (2022). Importance of travel website for the travel company. Brand TD. <https://www.traveldaily.com/importance-of-travel-website-for-the-travel-company/>
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Leung, Y.-F. (2012). “Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape.” Oxford: Goodfellow Publishers.
- Saita, G. (2023). 30 Essential benefits of having a website for your business. PixoLabo. <https://pixolabo.com/30-essential-benefits-of-having-a-website/>
- Simona. (2021). Importance of Strategic Social Media Marketing - Expert Journal of Marketing. Expert Journal of Marketing. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-504/>
- Skinner, Brian J. (2004). *Dynamic Earth : an introduction to physical geology*. John Wiley & Sons.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). “Tourism and Development: Concepts and Issues.” Channel View Publications.
- Stone, P. R. (2013). “Geoheritage and geoconservation: Opportunities and responsibilities in tourism and recreation.” *Geoheritage*, 5(1), 11–26.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). “Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues.” Channel View Publications.
- Tomše, D. (2014). *Prepričanja, stališča in vedenje uporabnikov do marketinškega komuniciranja v družbenih omrežjih*. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede
- Tsimonis, G. and Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 32 No. 3, pp. 328–344
- Tuten, T.L. and Solomon, M.R. (2016). *Social Media Marketing*. New Delhi, India: Sage Texts.
- UNESCO. (2015). “World Heritage and Sustainable Tourism: Toolkit for Site Managers.” UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO Global Geoparks. (2024). UNESCO. <https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks/about>
- Vinerean, S. (2016). Branding Strategies for Social Media Marketing. *Expert Journal of Marketing*, 4(2), pp. 77–83.
- What is Geology. (n.d.). <https://www.geolsoc.org.uk/Geology-Career-Pathways/What-is-Geology>



**Funded by the  
European Union**

Financed by the European Union. The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides](#)



[Geotours-Guides E-Learning Platform](#)

**GEO-TOURS GUIDES: ENHANCEMENT OF TOUR GUIDES AND AGENTS'  
COMPETENCES ON GEOLOGICAL TOURS AND BRAND BUILDING KA220-VET-  
C61E72C8 - Cooperation partnerships in vocational education and training**