



CURS INHERIT CAIXA D'EINES PER FORMADORS



**Co-funded by
the European Union**

El "Caixa d'eines pel formador" representa l'estratègia de formació vinculada al turisme experiencial en el marc del projecte Erasmus+ "Interpretació del patrimoni a través de la narració digital per al desenvolupament del turisme experiencial en àrees rurals" (2023-1-BG01-KA220-VET-000157210).

Finançat per la Unió Europea. No obstant això, les opinions i punts de vista expressats són exclusivament els dels autors i no reflecteixen necessàriament els de la Unió Europea ni els de l'Agència Executiva d'Educació, Audiovisual i Cultura de la Unió Europea (EACEA). Ni la Unió Europea ni la EACEA poden ser responsables d'ells.

Autors:

Devetaki Plateau Association, Bulgària

(<https://www.devetakiplateau.org/en>)

Tetra Solutions, Bulgària

(<https://tetra-solutions.eu/en/>)

Colaboradores:

Kato Drys Community Council, Xipre

(<https://www.katodrys.org/en.html>)

Lišov Múzeum, Eslovàquia

(<https://lisovmuzeum.sk/>)

Naturalwalks, Catalunya, Espanya (<https://naturalwalks.com/en/>)

Edició i Diseny:

Kato Drys Community Council, Xipre (<https://www.katodrys.org/en.html>)

Tetra Solutions, Bulgària (<https://tetra-solutions.eu/en/>)



Aquest document pot ser copiat, reproduït o modificat d'acord amb les regles anteriors. A més, s'ha de fer una referència clara als autors del document i a totes les parts aplicables de l'avís de drets d'autor.

Tots els drets reservats. © Copyright 2024 INHERIT

ÍNDEX

I. Resumen del curs INHERIT.....	3
II. Estructura del curs INHERIT	4
III. Objectius de la caixa d'eines	5
IV. Metodologia d'aprenentatge experiencial.....	6
V. Activitats d'aprenentatge	9
Mòdul 1. Anàlisi dels recursos del territori	9
Mòdul 2. Avaluació i selecció preliminar dels recursos territorials.....	12
Mòdul 3. Identificació i anàlisi dels serveis territorials associats al turisme	14
Mòdul 4. Anàlisi dels perfils dels clients per a una oferta turística	18
Mòdul 5. Formació en la estructura d'activitats guiades i interpretatives – storytelling ...	31
Mòdul 6. Desenvolupament de productes turístics	35
VI. Temporalitat de les activitats	40
VII. Instruccions per a formadors d'INHERIT.....	46
VIII. Referències	52

I. Resum del curs INHERIT

El curs de formació INHERIT és un programa de formació professional no formal dissenyat per a propietaris i gerents de petites empreses turístiques, així com per a emprenedors individuals en àrees rurals, com a hotels familiars, restaurants, artesans, proveïdors d'activitats turístiques i guies de naturalesa. Situat en la intersecció del turisme experiencial, la interpretació del patrimoni, la narració digital i el màrqueting, aquest curs aborda les tendències evolutives del turisme, inclosa la creixent demanda d'experiències immersives a l'aire lliure i la creixent influència de les tecnologies digitals en la planificació i execució dels viatges. El curs INHERIT empodera als adults en edat de treballar de les comunitats rurals per a desenvolupar nous productes de turisme experiencial que es basin en els recursos naturals i culturals locals.

L'interpretació del patrimoni juga un paper central en aquest curs, oferint una eina poderosa per a crear connexions significatives entre els visitants i el patrimoni tangible i intangible del destí. En interpretar la importància històrica, cultural i ambiental dels recursos locals, els participants seran capaços de transformar activitats turístiques ordinàries en experiències riques i educatives que fomentin una comprensió més profunda de la regió. La interpretació ajuda a tancar la bretxa entre els visitants i el paisatge local, les tradicions i el mode de vida, fent que l'experiència turística sigui més autèntica i memorable.

El curs consta de sis mòduls que guien als participants a través del procés de desenvolupament de productes de turisme experiencial. Començant amb la identificació, avaluació i selecció dels recursos naturals i culturals del territori, els participants avancen per a analitzar els serveis turístics locals i els perfils dels clients, culminant en la creació d'activitats turístiques experiencials. En revelar les històries darrere dels monuments culturals, les pràctiques tradicionals i els paisatges naturals, els participants podran crear experiències que inspirin als visitants a apreciar, protegir i donar suport a l'ús sostenible dels recursos turístics.

La sostenibilitat és un principi fonamental que travessa tot el curs INHERIT. Cada mòdul integra conceptes clau del turisme sostenible, subratllant la necessitat de minimitzar l'impacte ambiental del turisme, promoure la conservació del patrimoni natural i cultural, i fomentar pràctiques turístiques responsables. En dotar als proveïdors de turisme rural de les habilitats necessàries per a dissenyar experiències significatives basades en el patrimoni, el curs promou models turístics que donen suport a les economies locals alhora que protegeixen la integritat del destí.

En finalitzar el curs de formació INHERIT, els participants hauran de ser capaços de dissenyar i implementar activitats turístiques experiencials que ressaltin el patrimoni natural i cultural únic de la seva regió, promovent al mateix temps la sostenibilitat a llarg termini dels recursos turístics.

II. Estructura del curs INHERIT

Mòdul 1	Anàlisi dels recursos del territori - Unitat 1.1 Recursos naturals - Unitat 1.2 Recursos culturals	Formació a l'aula: 5h Activitat de camp: 10h Total: 15h
Mòdul 2	Avaluació i selecció preliminar dels recursos territorials - Unitat 2.1 Criteris per a l'anàlisi i selecció de recursos - Unitat 2.2 Sostenibilitat del turisme rural: criteris econòmics, socials, culturals i ambientals	Formació a l'aula: 3,5h Activitat de camp: 1,5h Total: 5h
Mòdul 3	Identificació i anàlisi dels serveis territorials associats al turisme - Unitat 3.1 Serveis bàsics en la cadena de valor del turisme - Unitat 3.2 Serveis específics que aporten valor afegit	Formació a l'aula: 2h Activitat de camp: 2h Total: 4h
Mòdul 4	Anàlisi dels perfils dels clients per a una oferta turística - Unitat 4.1 Què constitueix un perfil de client - Unitat 4.2 Enfocaments i eines per a l'anàlisi de clients	Formació a l'aula: 1,5h Activitat de camp: 4,5h Total: 6h
Mòdul 5	Formació en l'estructura d'activitats guiades i interpretatives – storytelling - Unitat 5.1 Guia turística - Unitat 5.2 Interpretació del patrimoni i narració d'històries	Formació a l'aula: 6h Activitat de camp: 10h Total: 16h
Mòdul 6	Desenvolupament de productes turístics. - Unitat 6.1 Disseny de productes - Unitat 6.2 Marca de productes i màrqueting	Formació a l'aula: 1h Activitat de camp: 3h

		Total: 4h
	Carga total del curs:	50 hores

III. Objectius de la caixa d'eines

El Kit d'Eines del Formador és un recurs essencial dissenyat per a dotar als instructors de les directrius metodològiques i estratègies pràctiques necessàries per a impartir de manera eficaç el curs de formació INHERIT. El seu objectiu principal és fer costat als formadors en l'orientació dels estudiants a través del procés de desenvolupament de productes turístics experiencials basats en el patrimoni local. El kit proporciona pautes sobre com facilitar els mòduls del curs, assegurant que els formadors puguin ajudar els estudiants a entendre i aplicar conceptes clau com la interpretació del patrimoni, la narració d'històries i les activitats de turisme experiencial.

El curs INHERIT promou un enfocament centrat en l'alumne, en posar l'èmfasi en l'aprenentatge experiencial o l'"aprendre fent". Destaca l'aplicació pràctica del coneixement, involucrant directament als estudiants en el desenvolupament de productes turístics al llarg de totes les seves fases: des de la identificació de recursos fins al disseny final d'activitats experiencials en la seva àrea local. L'aprenentatge experiencial permet als estudiants reflexionar sobre les seves experiències, aplicar el pensament crític i resoldre problemes reals, ajudant-los a interioritzar els coneixements i habilitats necessaris per a desenvolupar experiències turístiques significatives. El Kit d'Eines explica els principis pedagògics que subjeuen a aquest enfocament, oferint als formadors estratègies per a facilitar la col·laboració entre companys i la resolució iterativa de problemes al llarg del procés d'aprenentatge actiu.

A més, el Kit d'Eines inclou un portafolis d'activitats d'aprenentatge interactives, dissenyades específicament per a cada mòdul, que permeten als estudiants aplicar els seus coneixements en contextos del món real. En oferir enfocaments pedagògics adaptables, el Kit d'Eines garanteix que els formadors puguin ajustar el seu ensenyament per a satisfer les diverses necessitats dels proveïdors de turisme rural, ajudant-los a crear experiències turístiques significatives que no sols involucrin als visitants, sinó que també promoguin la conservació i l'ús sostenible dels recursos naturals i culturals locals.

IV. Metodologia d'aprenentatge experiencial

Definició d'aprenentatge experiencial

Les arrels de l'aprenentatge experiencial es remunten a la teoria constructivista, que sosté que els individus construeixen activament la seva comprensió del món mitjançant la transformació de l'experiència i la reflexió (Kolb, 1984; Bhattacharjee, 2015). L'aprenentatge experiencial és un enfocament educatiu en el qual els estudiants desenvolupen coneixements, habilitats i competències aplicant el coneixement teòric a situacions pràctiques i després reflexionant sobre aquesta experiència. Per tant, l'aprenentatge experiencial és un procés actiu, reflexiu i participatiu. Posa èmfasi en l'aprendre fent – obtenir coneixements a través de l'acció i aplicar aquests coneixements en escenaris futurs (Lachapelle & Whiteside, 2017).

L'aprenentatge experiencial sol emmarcar-se dins de resultats d'aprenentatge clarament definits. Està dissenyat per a ajudar els participants a transferir les habilitats i coneixements adquirits en un context a futurs esforços professionals o personals. A més, promou la col·laboració, ja que la interacció social millora la comprensió i amplia les perspectives (Brami, 2016).

Rol del docent i de l'alumne en l'aprenentatge experiencial

L'aprenentatge experiencial implica un canvi en el rol del docent (formador), passant de ser un instructor tradicional a ser un facilitador de l'aprenentatge. En aquest paper, el docent guia i fa costat als estudiants, formulant preguntes que fomentin la reflexió, animant a l'exploració i proporcionant retroalimentació contínua (Johnson & Johnson, 2018). Els docents també fomenten el diàleg reflexiu durant el procés d'aprenentatge, ajudant els estudiants a interpretar i donar significat a les seves experiències (Schwartz, 2012). En lloc d'impartir coneixements, l'instructor promou el descobriment i l'aprenentatge autodirigit.

En l'aprenentatge experiencial, els estudiants assumeixen un rol més actiu, assumint la responsabilitat de la seva pròpia educació. S'espera que interactuin críticament amb el material, resolguin problemes, col·laborin amb els seus companys i reflexionin profundament sobre les seves experiències d'aprenentatge (Moallei & Rahmana, 2012). L'aprenentatge experiencial conrea la iniciativa pròpia, l'adaptabilitat i les habilitats analítiques, preparant als estudiants per a afrontar desafiaments complexos. A diferència dels entorns d'aprenentatge passiu, els estudiants modelen activament la seva experiència a través de preguntes, experimentació i reflexió sobre diferents perspectives.

El cicle d'aprenentatge experiencial

El model d'aprenentatge experiencial de Kolb (1984) implica quatre etapes interconnectades:

- Experiència concreta, en la qual els estudiants participen directament en una activitat o tasca.
- Observació reflexiva, on els estudiants analitzen l'experiència, reflexionant sobre el que va funcionar, la qual cosa no va funcionar i per què.
- Conceptualització abstracta, on els estudiants utilitzen la reflexió per a treure conclusions i fer generalitzacions.
- Experimentació activa, en la qual els estudiants apliquen els coneixements obtinguts a noves situacions, la qual cosa condueix a noves experiències.

L'aprenentatge efectiu ocorre quan els estudiants completen les quatre etapes d'aquest cicle. Cada etapa alimenta la següent, creant un procés dinàmic que reforça i aprofundeix la comprensió (Mainemelis, Boyatzis, & Kolb, 2002). És important assenyalar que els estudiants poden entrar en el cicle en qualsevol etapa, però completar el procés complet és essencial per a la retenció a llarg termini i el desenvolupament d'habilitats transferibles.

Estructura de les tasques experiencials

L'aprenentatge experiencial segueix un procés estructurat que millora el compromís i els resultats de l'aprenentatge. Segons Wolfe i Byrne (1975), les tasques experiencials generalment es desenvolupen en quatre fases:

- Disseny, en la qual els docents estableixen els objectius d'aprenentatge i planifiquen activitats que estiguin alineades amb els resultats desitjats.
- Desenvolupament, en la qual els docents faciliten la implementació de l'activitat, assegurant-se que els estudiants estiguin compromesos i que l'entorn doni suport a l'aprenentatge.
- Avaluació, en la qual tant els estudiants com els docents avaluen l'experiència, identificant lliçons clau i àrees de millora.
- Retroalimentació, en la qual els docents proporcionen comentaris als estudiants per a reforçar el progrés i orientar l'aprenentatge futur.

La reflexió és un component vital en cada fase, permetent als estudiants connectar la teoria amb la pràctica i aprofundir la seva comprensió (Schwartz, 2012). La retroalimentació estructurada assegura que els estudiants puguin refinar les seves habilitats i enfocaments basats en les seves experiències.

Aplicació de l'aprenentatge experiencial en el curs INHERIT

El curs INHERIT es construeix sobre la metodologia d'aprenentatge experiencial. Cada mòdul està estructurat seguint la lògica d'una “tasca experiencial”, ja que:

- Defineix els resultats d'aprenentatge previstos i ofereix fragments de material teòric, integrats amb activitats pràctiques de camp que involucren directament als estudiants amb el patrimoni natural i cultural local (Fase de disseny).
- Descriu el procediment per a la implementació de les activitats de camp, incloses les pautes per a garantir la participació activa dels estudiants (Fase de desenvolupament).
- Preveu l'avaluació de l'experiència adquirida durant l'activitat de camp, així com la provisió de retroalimentació (Fases d'avaluació i retroalimentació).

Els procediments per a la implementació de les activitats de camp estan alineats amb el cicle d'aprenentatge experiencial, on els estudiants participen activament en les activitats de camp (és a dir, en la fase d'experiències concretes), després analitzen la seva experiència (és a dir, en la fase d'observació reflexiva), resumeixen les troballes (és a dir, en la fase de conceptualització abstracta) i utilitzen les troballes com a base per a la següent activitat de camp (és a dir, en la fase d'experimentació activa).

La següent secció descriu detalladament les activitats de camp, incloses les fases d'implementació.

V. Activitats d'aprenentatge

Mòdul 1. Anàlisi dels recursos del territori

Com a resultat del Mòdul 1, els participants del curs INHERIT seran capaços d'identificar diferents tipus de recursos naturals i culturals del territori, tant tangibles com intangibles, a través de visites de camp i la consulta de diversos materials. Els recursos identificats seran considerats en el procés de desenvolupament del producte turístic en els mòduls següents.

Després de proporcionar una visió teòrica sobre les classificacions dels recursos naturals i culturals, el formador haurà de facilitar la següent activitat d'aprenentatge.

Títol	Anàlisi dels recursos naturals i culturals d'un territori determinat
Objectiu	L'objectiu d'aquesta activitat és aplicar els coneixements teòrics adquirits prèviament sobre els recursos naturals i culturals. Els estudiants analitzaran una regió específica per a identificar i extreure la major quantitat possible de recursos rellevants per al turisme. L'objectiu és establir connexions entre aquests recursos i el potencial turístic. A més, buscaran crear connexions entre els recursos naturals i culturals, revelant els aspectes culturals dels recursos naturals en els quals van treballar en la primera unitat.
Posició en el mòdul	Aquesta activitat de camp es durà a terme al final de la Unitat 2, després d'haver completat la instrucció teòrica.
Durada	Aquesta activitat de camp tindrà una durada d'unes 10 hores, distribuïdes en dos llocs diferents. Els coneixements teòrics s'impartiran en una classe de 5 hores abans de l'activitat. • Visitar els llocs i identificar els recursos en el lloc: 8 hores • Recollir les troballes i organitzar les dades en classe: 2 hores
Lloc	La ubicació per a aquesta activitat ha d'estar relacionada amb els recursos naturals i situada lluny d'àrees d'habitabilitat i activitat

	humana. Alguns llocs possibles inclouen zones designades dins de boscos, coves, llacs i entorns naturals similars. Una segona ubicació per a aquesta activitat podria centrar-se en els recursos culturals i estar associada amb l'activitat humana o entorns creats per l'ésser humà. Els possibles llocs inclouen llocs històrics, museus i galeries, llocs religiosos i espais similars.
Materials	● Mapes del lloc, preferiblement accessibles a través dels seus telèfons mòbils ● Quaderns i bolígrafs ● Càmeres per a prendre fotos en el lloc ● Telèfons amb accés a internet ● Contactes de persones rellevants en la zona
Instruccions per als estudiants	- Preparació teòrica a l'aula Els estudiants rebran les eines necessàries per a analitzar els recursos d'un territori. A més, se'ls proporcionaran exemples perquè tinguin una visió general del potencial dels recursos que es poden utilitzar en el turisme. - Definir la ubicació del lloc Els estudiants hauran de triar una ubicació basant-se en criteris com el nivell d'interès, l'accessibilitat i l'eficàcia del lloc des d'una perspectiva turística. - Anàlisi i identificació de recursos en el lloc Se'ls donarà temps als estudiants perquè, en grups, revisin l'àrea definida i recullin tots els recursos que puguin identificar, seguint les diferents categories revisades en classe. - Recol·lecció i organització de les dades Els estudiants es reuniran novament per a intercanviar les dades de cada grup. El docent comentarà i ajudarà els estudiants a entendre la rellevància de cadascun dels elements trobats. Després d'haver analitzat cadascun dels elements, s'elaborarà una taula que resumeixi tots els recursos per categoria. Aquesta taula s'utilitzarà en el Mòdul 2.

Procediment d'implementació	● Suport amb exemples de l'experiència ● Suport en l'establiment de criteris de prioritació ● Facilitar el procés de cerca d'acords per a cada grup
Sessió de seguiment (a l'aula)	Organitzar les dades recopilades segons les categories definides en el Mòdul, avaluant la seva rellevància per al turisme i la seva connexió amb els conceptes de patrimoni natural. Aquestes dades s'utilitzaran en el Mòdul 2 per a analitzar les limitacions i avantatges de cada recurs.
Desglossament - Debriefing (a l'aula)	<u>Recursos culturals</u> ● Com es connecta aquest recurs amb el patrimoni natural? ● Està influenciat per l'activitat humana? Si és així, qualifica més com un recurs cultural? ● Pot el turisme afectar aquest recurs i és compatible amb un enfocament sostenible? <u>Recursos naturals</u> ● Com es connecta aquest recurs amb el patrimoni cultural? ● De quina manera està influenciat per l'activitat humana? <u>General.</u> ● De quina manera pot aquest recurs ser atractiu per al turisme i qui és el públic objectiu?
Criteris d'avaluació	- Nombre d'elements trobats en cada categoria de recursos - Rellevància i coherència dels elements en relació amb els fins turístics - Capacitat per a identificar recursos en un entorn determinat - Participació en l'activitat de camp en general

Mòdul 2. Avaluació i selecció preliminar dels recursos territorials

Com a resultat del Mòdul 2, els estudiants del curs INHERIT seran capaços d'identificar les qualitats més rellevants (originalitat, autenticitat, raresa, etc.) així com les limitacions

(dificultat d'observació, estacionalitat, etc.) de diversos recursos naturals i culturals del territori, tant tangibles com intangibles, que poden ser considerats en la creació de productes turístics.

Després d'oferir una visió teòrica dels criteris utilitzats per a l'avaluació dels recursos naturals i culturals, el formador haurà de facilitar la següent activitat d'aprenentatge.

Títol	Avaluació del patrimoni local involucrant a la comunitat local
Objectiu	Els participants experimenten la discussió dels elements del patrimoni rural amb representants de la comunitat local.
Posició en el mòdul	Abans d'acabar la Unitat 2.2, es realitzarà un exercici de camp i una reflexió sobre les troballes.
Durada	1 hora 30 minuts, inclosa la presentació de resultats.
Lloc	L'exercici es durà a terme en llocs públics pròxims a la comunitat, com el club de pensionistes, la botiga, el centre cultural, una casa d'hostes, etc. Es recomana que l'exercici s'estengui fora del poble específic i arribi a una àrea més àmplia i a les atraccions turístiques existents.
Materials	Els participants hauran de portar un quadern i algunes preguntes preparades amb antelació.
Instruccions	Passos de l'exercici: Preparació de preguntes: Els participants han de preparar un conjunt de preguntes per a discutir amb els habitants locals i els turistes sobre els recursos turístics (potencials) a la regió. Aquest pas es realitza en grups de dues o tres persones. Visita a un lloc públic: En el mateix grup, han de visitar un lloc públic per a trobar representants de la comunitat local o turistes en cases d'hostes o atraccions turístiques.

	3. Realització d'entrevistes: Els participants han de fer algunes de les preguntes preparades i prendre notes. Es recomana entrevistar almenys 3 persones per grup. 4. Informe de resultats: Després de les entrevistes, els grups tornen a l'aula i presenten els seus resultats. Comparen les seves troballes amb els dels altres grups i reflexionen sobre aquests. Resultat esperat: S'ha d'obtenir una llista d'elements turístics/objectes, prioritzats segons l'aprovació dels habitants locals i els turistes.
Procediment d'implementació	El formador fa costat als participants en la formulació de preguntes. Després, si és necessari, proporciona indicacions sobre on poden anar els participants a trobar als enquestats. En tornar, el formador modera la discussió sobre els resultats obtinguts.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Com descrit anteriorment.
Desglossament - Debriefing (a l'aula)	Com van reaccionar les persones locals a les teves preguntes? Com van reaccionar els turistes a les teves preguntes? Existeixen coincidències entre les respostes de la comunitat local i els turistes? Els habitants locals veuen els recursos locals com a possibles llocs turístics?
Criteris d'avaluació	- Rellevància i coherència de les preguntes - Nombre d'objectes turístics definits per més de 3 enquestats - Nivell d'involucrament de la comunitat local experimentat pels estudiants (nombre de respostes)

Mòdul 3. Identificació i anàlisi dels serveis territorials associats al turisme

Com a resultat del Mòdul 3, els estudiants del curs INHERIT seran capaços d'analitzar el seu territori a través dels diversos serveis relacionats amb el desenvolupament d'activitats turístiques: transport, restauració, allotjament, seguretat, etc., tant bàsics com especialitzats, i avaluar les seves deficiències per al posterior desenvolupament d'activitats.

Després d'oferir una visió teòrica dels serveis turístics bàsics i especialitzats, el formador haurà de facilitar la següent activitat d'aprenentatge.

Títol	Avaluació dels Serveis Turístics
Objectiu	Avaluar la varietat i qualitat dels serveis turístics bàsics i específics en una zona local, comprendre el seu paper en l'experiència general del turista i identificar àrees potencials de millora.
Posició en el mòdul	Integrat en la Unitat 3.1 (Serveis Bàsics) i en la Unitat 3.2 (Serveis Específics) després d'analitzar el paper i l'impacte dels serveis en el turisme.
Durada	Introducció al lloc: 30 minuts La introducció es durà a terme en un espai interior. Aquesta part teòrica es desenvoluparà en una aula o taller on els estudiants rebran una orientació sobre l'activitat de camp. Això inclou l'explicació de l'ús de la llista de verificació per a l'avaluació, els aspectes dels serveis que han d'observar i com interactuar amb els proveïdors de serveis i els turistes. Els estudiants també rebran pautes sobre com documentar les seves observacions de manera efectiva. La visita serà a una destinació turística local popular, com un lloc patrimonial, un parc natural o qualsevol àrea que ofereixi una varietat de serveis relacionats amb el turisme. L'objectiu és avaluar tant els serveis bàsics (com les instal·lacions de transport, allotjament, restaurants) com els serveis específics (com a visites guiades o

activitats ecològiques) per a valorar la seva qualitat i contribució a l'experiència turística. El lloc seleccionat ha de comptar amb una infraestructura turística diversa, la qual cosa permetrà una avaluació integral dels diferents serveis.

Avaluació i recopilació de dades: 1 hora

Els estudiants avaluaran una varietat de serveis turístics, dividits en dues categories principals:

- **Serveis bàsics:** Això inclou instal·lacions de transport (per exemple, estacions d'autobusos, serveis de taxi), allotjament (hotels, posades), restaurants i centres d'informació turística.
- **Serveis específics:** Són serveis especialitzats que milloren l'experiència turística, com a visites guiades, activitats d'aventura, allotjaments ecològics i experiències culturals.

Els elements a avaluar inclouen la qualitat del servei, accessibilitat, neteja, atenció al client, pràctiques de sostenibilitat i com aquests serveis contribueixen a l'experiència general del turista.

Realitzar aquests exercicis pràctics és altament beneficiós per als estudiants, ja que els permet obtenir experiència pràctica i real en l'avaluació dels serveis turístics. En visitar directament als proveïdors de serveis, els estudiants poden observar la prestació del servei, interactuar amb el personal i els turistes, i obtenir informació sobre els punts forts i les àrees de millora de cada servei. Aquests exercicis pràctics ajuden a tancar la bretxa entre el coneixement teòric i l'aplicació pràctica, permetent als estudiants desenvolupar una comprensió més profunda de com els serveis contribueixen a l'experiència general del turista i identificar àrees concretes per a la seva millora.

Retorn i discussió Inicial: 30 minuts

L'objectiu de la discussió inicial després de tornar del lloc és proporcionar als estudiants l'oportunitat de reflexionar sobre les seves experiències i compartir les seves observacions. Aquesta sessió de retroalimentació ajuda els estudiants a processar les seves troballes i ressalta aspectes clau de la qualitat del servei,

	l'experiència del client i la sostenibilitat. L'instructor guiarà als estudiants en l'organització de les seves dades i informació, que formaran la base per a una anàlisi més detallada en la sessió de seguiment.
Lloc	Una destinació turística popular, com un centre urbà, un parc natural o un poble patrimoni, amb diversos serveis (per exemple, allotjament, instal·lacions de transport, restaurants, centres d'informació i activitats turístiques).
Materials	• Llista de verificació d'avaluació (proporcionada per l'instructor) • Quaderns i bolígrafs • Cambres o mòbils per a documentació • Accés a la informació dels serveis (mapes, fullets, aplicacions)
Instruccions	Preparació: • Revisa la llista de verificació d'avaluació i familiaritza't amb els tipus de serveis que avaluaràs (per exemple, transport, allotjament, menjar i beguda, serveis de tours). • Realitza una breu recerca en línia sobre el destí per a entendre els serveis que ofereix. Avaluació en el lloc: • Visita diferents proveïdors de serveis (hotels, restaurants, centres d'informació turística, punts de transport) per a avaluar aspectes com a accessibilitat, atenció al client, neteja i qualitat dels serveis. • Observa com els serveis específics (per exemple, visites guiades, allotjaments ecològics) contribueixen a l'experiència general del turista. • Pren nota de detalls sobre la qualitat del servei, els estàndards mantinguts, el comportament del personal i les pràctiques de sostenibilitat implementades. Interacció:

	• Si és possible, interactua amb els proveïdors de serveis (per exemple, personal de l'hotel, guies, treballadors de restaurants) per a obtenir informació sobre els seus rols i com contribueixen al turisme en la zona. • Interactua amb altres turistes per a recopilar comentaris sobre la seva experiència amb els serveis. Recopilació de dades: • Recull qualsevol material informatiu disponible, com a fullets, mapes o menús. • Pren fotografies dels serveis i les instal·lacions amb finalitats de documentació.
Procediment d'Implementació	Suport de l'Instructor: • Proporcionar una visió general de com utilitzar la llista de verificació d'avaluació i quins aspectes observar. • Facilitar el transport cap a i des del lloc. • Estar disponible en el lloc per a respondre preguntes i oferir orientació.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Anàlisi de dades: • Organitzar les dades recollides en categories (per exemple, allotjament, menjar i beguda, transport). • Identificar els temes comuns, punts forts i febleses observades durant l'avaluació. • Discutir com les troballes es relacionen amb els conceptes de serveis bàsics i específics en el turisme. Plantilla: • Utilitzar una plantilla proporcionada per a compilar un informe estructurat detallant els punts forts, febleses i recomanacions per a cada categoria de servei avaluada.

Desglossament - Debriefing (a l'aula)	Preguntes de reflexió: - Quins van ser els serveis més efectius per a millorar l'experiència del turista, i per què? - Quins serveis necessiten millores i com podrien optimitzar-se? - Com contribueixen aquests serveis al producte turístic general del destí?
Criteris d'avaluació	Criteris d'avaluació: - Qualitat i completesa de l'informe d'avaluació. - Capacitat per a identificar i analitzar aspectes clau dels serveis tant bàsics com específics. - Claredat en la presentació de les troballes i recomanacions. - Participació i compromís durant l'activitat de camp i les discussions de seguiment.

Mòdul 4. Anàlisi dels perfils dels clients per a una oferta turística

Com a resultat del Mòdul 4, els estudiants del curs INHERIT seran capaços d'analitzar als clients actuals - turistes - del territori a través de diversos mitjans, com a entrevistes, recopilació de dades turístiques nacionals, regionals o locals. Els estudiants podran seleccionar perfils de clients potencials relacionats amb l'oferta de serveis actual, els recursos naturals i culturals més destacats, i les capacitats de les organitzacions en el desenvolupament de productes turístics.

El Mòdul 4 conté tres activitats d'aprenentatge. La primera està inclosa en la Unitat 1. La segona i la tercera estan integrades en la Unitat 2. Totes les activitats d'aprenentatge segueixen la visió general del material teòric relacionat.

Títol	1. Desenvolupament de perfils de clients
Objectiu	Desenvolupar perfils de clients detallats utilitzant tècniques de recopilació i anàlisi de dades.

Posició en el mòdul	Integrat dins de la Unitat 1, després de discutir els components clau d'un perfil de client.
Temps	Aproximadament 1 hora i mitja (45 min per a la recopilació de dades, 20 min per a l'anàlisi i 25 min per a la creació de perfils).
Lloc	Realitzat en una zona turística local o en línia a través d'enquestes. No es requereix un entorn específic.
Materials	• Enquestes/qüestionaris • Quaderns, bolígrafs • Dispositius digitals per a la recopilació de dades en línia • Accés a eines de CRM o anàlisis de dades
Instruccions	1. Desenvolupar una enquesta per a recopilar dades sobre els aspectes demogràfics, psicogràfics i de comportament dels clients. 2. Realitzar l'enquesta amb una mostra de turistes locals o amb enquestats en línia. 3. Analitzar les dades recopilades per a identificar patrons comuns i segmentar als clients. 4. Crear perfils detallats de clients per a cada segment identificat.
Procediment d'implementació	1. El formador explica la importància de cada component d'un perfil de client. 2. El formador guia als estudiants en la creació de l'enquesta i en la recopilació de dades. 3. El formador brinda suport durant l'anàlisi de les dades i la creació dels perfils, oferint retroalimentació i suggeriments.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Els estudiants presenten els seus perfils de client al grup. Comparen i contrasten els seus perfils, discutint similituds i diferències. Es pot proporcionar una plantilla de fullet per a presentar els perfils.
Desglossament -Debriefing (a l'aula)	Quins desafiaments vas enfrontar durant la recopilació de dades? Com vas identificar els patrons comuns en les dades? Quines idees o conclusions vas obtenir en crear els perfils de client? Com influiran aquests perfils en el desenvolupament dels teus productes turístics?

Criteris d'avaluació	1. Exhaustivitat i precisió dels perfils de client. 2. Qualitat de la recopilació i l'anàlisi de dades. 3. Claredat i profunditat dels perfils presentats. 4. Capacitat per a vincular els perfils amb productes turístics potencials.
-----------------------------	---

Annex : Plantilla de qüestionari d'entrevista a turistes

1. Explica'ns qui ets:
 Edat: ____
 País de residència: ____
 Motiu de la visita: ☐ Oci ☐ Viatge de negocis ☐ Combinat ☐ Un altre (especificar): ____

2. Amb quina freqüència viatges?
☐ Una vegada a l'any
☐ 2-3 vegades a l'any
☐ Cada pocs mesos
☐ Mensualment
☐ Primera vegada viatjant

3. Què és el més important per a tu en triar un allotjament?
☐ Preu
☐ Ubicació
☐ Nivell de servei
☐ Serveis i instal·lacions
☐ Recomanacions i valoracions
☐ Un altre (especificar): ____

4. Quins són els teus principals interessos al llarg del viatge? (Selecciona tot el que correspongui)
☐ Monuments històrics
☐ Parcs naturals i reserves
☐ Esdeveniments culturals (exposicions, concerts)
☐ Gastronomia (restaurants, tastos)
☐ Compres

- ☐ Turisme d'aventura (senderisme, ciclisme)
- ☐ Vacances a la platja
- ☐ Esdeveniments esportius
- ☐ Entreteniment per a famílies i nens
- ☐ Vida nocturna (bars, discoteques)
- ☐ Relaxació i benestar (SPA, meditació)
- ☐ Un altre (especificar): ____

4.1 De la teva selecció, pots precisar algun interès específic? (Selecciona tot el que correspongui)

Ex: Parcs naturals i reserves: observació d'ocells, geologia, ...

5. Quina és la teva impressió de la zona on es troba el nostre allotjament?

- ☐ Molt atractiva
- ☐ Agradable però no especial
- ☐ Neutral
- ☐ No em va agradar

6. Què t'agradaria millorar o afegir als serveis de l'allotjament?

- ☐ Més informació sobre les atraccions locals
- ☐ Organització d'excursions
- ☐ Millors opcions de transport
- ☐ Menú de restaurant ampliat
- ☐ Serveis addicionals per a nens
- ☐ Serveis d'SPA i benestar
- ☐ Lloguer de material esportiu
- ☐ Un altre (especificar): ____

7. Quines dificultats vas trobar durant la teva estada?

- ☐ Problemes de transport
- ☐ Barrera de l'idioma
- ☐ Falta d'informació necessària sobre la zona
- ☐ Mal temps
- ☐ Dificultats per a organitzar activitats d'oci
- ☐ Un altre (especificar): ____

8. Quines preocupacions o pors tens relacionats amb els viatges?

- ☐ Seguretat al país/ciutat
- ☐ Pèrdua d'equipatge
- ☐ Malaltia o accidenti
- ☐ Barrera de l'idioma
- ☐ Pèrdua de documents
- ☐ Cancel·lacions o retards de vols
- ☐ Un altre (especificar): ____

9. Què t'agradaria veure en una ruta turística organitzada pel nostre hotel?

- ____

10. Com prefereixes planificar les teves excursions?

- ☐ De manera independent a través d'internet
- ☐ A través d'agències de viatges
- ☐ Basat en les recomanacions de l'hotel
- ☐ Improvisant en el lloc

11. Tens algun desig o suggeriment addicional per a millorar la teva estada?

- ____

12. El teu nom _____

13. Els teus contactes _____

Títol	2. Mapatge del recorregut del client
Objectiu	Mapar el recorregut del client i identificar els punts de contacte clau i les àrees de millora.
Posició en el mòdul	Integrat dins de la Unitat 2, després de discutir les tècniques de mapatge del recorregut del client.

Durada	Aproximadament 1 hora i mitja (20 minuts per al mapatge inicial, 45 min per a l'anàlisi detallada dels punts de contacte i 25 minuts per a la presentació).
Lloc	Realitzat en un lloc turístic local o com una revisió de cas a l'aula.
Materials	Plantilles de recorregut del client, marcadors, paper gran o pissarra, dispositius digitals per a la recerca.
Instruccions	1. Triar un producte o servei turístic per a mapejar el recorregut del client. 2. Identificar les etapes clau en el recorregut del client (per exemple, consciència, consideració, compra, post-compra). 3. Mapejar cada etapa, anotant les accions del client, les emocions i els punts de contacte. 4. Analitzar cada punt de contacte per a identificar possibles millores.
Procediment d'implementació	1. El formador proporciona un exemple d'un mapa del recorregut del client. 2. El formador facilita la primera sessió de pluja d'idees per a identificar les etapes del recorregut. 3. El formador ofereix orientació durant l'anàlisi dels punts de contacte i el perfeccionament del mapa.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Els estudiants presenten els seus mapes del recorregut del client. Discuteixen els punts de contacte identificats i suggereixen millores. Es pot proporcionar una plantilla per als mapes del recorregut.
Desglossament - Debriefing (a l'aula)	Quins van ser els punts de contacte més significatius en el recorregut del client? Com vas identificar les àrees per a millorar? Quins canvis implementaries basant-te en la teva anàlisi? Com pot el mapatge del recorregut del client millorar la satisfacció del client?
Criteris d'avaluació	1. Exactitud i exhaustivitat del mapa del recorregut del client. 2. Perspicàcia en l'anàlisi dels punts de contacte. 3. Viabilitat de les millores suggerides.

4. Claredat i efectivitat de la presentació.

Annex: Plantilla: Creació d'un perfil del teu client ideal

1. Informació demogràfica

- Edat: Quin és el rang d'edat típic del teu client ideal? (ex. 25-40, 50+)
- Gènere: El teu client ideal tendeix a ser masculí, femení o és equilibrat?
- Nivell d'Ingressos: Quin és el rang d'ingressos d'aquest client? (ex. baix, mitjà, alt)
- Ubicació: On viu el teu client? És una ubicació nacional, internacional, urbana o rural?

Exemple:

- Edat: 30-45
- Gènere: Femení
- Nivell d'Ingressos: Ingressos mitjans
- Ubicació: Zones urbanes, principalment d'Europa

2. Psicografia (valors, interessos, estil de vida)

- Aficions i Interessos: Què li agrada fer al teu client ideal en el seu temps lliure? (ex. senderisme, exploració cultural, experiències gastronòmiques)
- Quins són els valors fonamentals que guien les seves decisions? (ex. sostenibilitat, autenticitat, luxe)
- Trets de Personalitat: Com descriuries la seva personalitat? (ex. aventurer, relaxat, curiós)

Exemple:

- Interessos: Aventura a l'aire lliure, fotografia de naturalesa, immersió cultural
- Valors: Sostenibilitat, viatges eco-amigables
- Trets de Personalitat: Aventurer, curiós, prefereix experiències fora del comú

3. Informació de comportament

- Hàbits de Viatge: Amb quina freqüència viatgen? Què els motiva a triar una destinació?
- Preferències de Reserva: Com prefereixen reservar els seus viatges? (ex. en línia, agència de viatges, directament amb proveïdors)
- Activitats Preferides: Quin tipus d'activitats busquen? (ex. "tours" històrics, caminades per la naturalesa, experiències culinàries)

- Comportament de Despesa: Són conscients del pressupost o estan disposats a gastar més per experiències úniques?

Exemple:

- Hàbits de Viatge: Viatgen típicament 2-3 vegades a l'any, motivats per l'aventura i les experiències culturals
- Preferències de Reserva: Prefereixen reservar a través de plataformes de viatges eco-amigables en línia
- Activitats Preferides: Caminades per la naturalesa, interactuar amb locals, degustacions gastronòmiques
- Comportament de Despesa: Estan disposats a pagar més per experiències autèntiques i ressò-amigables

4. Objectius i necessitats

- Que busca aconseguir el teu client en viatjar? (ex. relaxació, creixement personal, aprendre sobre noves cultures)
- Quines necessitats específiques té el teu client durant els seus viatges? (ex. destinacions aptes per a nens, opcions sostenibles, accessibilitat)

Exemple:

- Objectius: Explorar noves cultures i comprendre millor les tradicions locals
- Necessitats: Allotjament sostenible i activitats conscients del medi ambient

5. Punts de reticència i reptes

- Quines són les seves majors frustracions o desafiaments en viatjar? (ex. destins massificats, falta d'experiències autèntiques)
- Què els impedeix reservar uns certs viatges? (ex. cost, accessibilitat, falta d'interacció local)

Exemple:

- Punts de Reticència: No li agraden els llocs turístics massa comercialitzats, prefereix experiències tranquil·les i autèntiques
- Desafiaments: Li costa trobar opcions eco-amigables que no comprometin la comoditat

6. Preferències de màrqueting i comunicació

- On obtenen la seva informació sobre viatges? (ex. xarxes socials, blogs de viatges, boca a boca)
- Quin tipus de contingut consumeixen? (ex. vídeos, articles, testimoniatges)

- Canals de comunicació Preferits: Com prefereixen comunicar-se amb les marques? (ex. correu electrònic, xarxes socials, trucades telefòniques)

Exemple:

- Informació sobre Viatges: Segueix principalment a influencers de viatges i blogs d'eco-turisme
- Consum de Contingut: Respon bé a documentals curts i relats de viatgers reals
- Comunicació: Prefereix interactuar a través de xarxes socials i rebre butlletins per correu electrònic amb recomanacions personalitzades

Exemple de perfil resumit

Nom del Perfil: L'Eco-Aventurera

- Edat: 30-45
- Gènere: Femení
- Nivell d'Ingressos: Mig
- Ubicació: Europa urbana
- Interessos: Aventura a l'aire lliure, fotografia, immersió cultural
- Valors: Sostenibilitat, viatges eco-amigables
- Trets de Personalitat: aventurera, curiosa
- Hàbits de Viatge: 2-3 vegades a l'any, motivada per la naturalesa i les experiències culturals
- Activitats Preferides: Caminades per la natura, interacció amb locals, experiències gastronòmiques
- Comportament de Despesa: Disposada a invertir en experiències eco-amigables i autèntiques
- Punts de Dolor: Evita els llocs turístics massa comercialitzats, busca opcions eco-amigables
- Preferències de Màrqueting: Segueix blogs d'ecoturisme, prefereix contingut en vídeo i butlletins per correu electrònic

Títol	3. Taller de desenvolupament de perfils
Objectiu	Crear perfils detallats de clients que representin els segments clau del mercat objectiu.

Posició en el mòdul	Integrat dins de la Unitat 2, després de discutir les tècniques de desenvolupament de perfils.
Durada	Aproximadament 1 hora i mitja (20 minuts per a la recerca, 45 min per a la creació dels perfils i 25 min per a la presentació).
Lloc	Realitzat a l'aula o en un espai adequat per a tallers amb accés a materials de recerca.
Materials	Plantilles de perfils, materials de recerca (accés a internet), marcadors, paper, dispositius digitals per a la recerca.
Instruccions	1. Investigar dades demogràfiques, psicogràfics i de comportament del mercat objectiu. 2. Utilitzar les dades recopilades per a crear perfils detallats de diferents segments de clients. 3. Incloure informació com a edat, gènere, interessos, valors, necessitats en cada perfil. 4. Preparar una presentació de cada perfil, destacant les característiques clau i com influeixen en les preferències dels productes turístics.
Procediment d'implementació	El formador proporciona exemples de perfils ben desenvolupats. El formador facilita les activitats de recerca i guia als estudiants per a extreure les dades rellevants. El formador recolza en la creació dels perfils i ofereix retroalimentació sobre els esborranys.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Els estudiants presenten els seus perfils al grup. Discuteixen com cada perfil influirà en les estratègies de màrqueting i desenvolupament de productes. Es pot proporcionar una plantilla per a la creació dels perfils.
Desglossament - Debriefing (a l'aula)	Com vas recopilar les dades per als teus perfils? Quines van ser les característiques clau dels teus perfils? Com poden aquests perfils ajudar a personalitzar els productes turístics? Quins desafiaments vas trobar en el desenvolupament dels perfils?

Criteris d'avaluació	1. Exhaustivitat i profunditat dels perfils. 2. Rellevància i precisió de les dades utilitzades. 3. Aplicació pràctica dels perfils a les estratègies turístiques. 4. Qualitat i claredat de la presentació.
Annex: Plantilla: Mapa del viatge del client 1. Etapa de consciència ○ Objectiu: Com s'assabenta el client del teu producte? ○ Punts de contacte: On troben la teva marca? (per exemple, xarxes socials, pàgina web, blog de viatges, boca a boca) ○ Accions del client: Què fa el client? (per exemple, veu un anunci, llegeix un article, rep una recomanació) ○ Punts de reticència: Quins desafiaments podria enfrontar el client en aquesta etapa? (per exemple, falta d'informació, missatges confusos) ○ Oportunitats: Com pots facilitar-los el procés perquè prenguin consciència del teu producte? Exemple: ○ Punts de contacte: Publicació d'un influencer de viatges en Instagram ○ Accions del client: El client dona "m'agrada" a la publicació i fa clic en l'enllaç cap a la teva pàgina web ○ Punts de reticència: Falta d'informació detallada sobre les credencials de sostenibilitat del producte ○ Oportunitats: Incloure detalls clars i concisos sobre els aspectes ecològics en les publicacions socials 2. Etapa de consideració ○ Objectiu: Com avalua el client el teu producte? ○ Punts de contacte: Quins recursos usen per a explorar el teu producte? (per exemple, pàgina web, ressenyes de clients, vídeos de YouTube) ○ Accions del client: Com obté informació el client? (per exemple, navegant per la teva pàgina web, comparant amb competidors) ○ Punts de reticència: Què podria fer que no triïn el teu producte? (per exemple, preus poc clars, falta de ressenyes) ○ Oportunitats: Com pots proporcionar-los confiança i simplificar el seu procés de presa de decisions?	

Exemple:

- Punts de contacte: Pàgina web, testimoniatges de clients, ressenyes en línia
- Accions del client: Lee ressenyes, compara preus amb competidors
- Punts de reticència: Detalls poc clars sobre el que inclou el preu del “tour”
- Oportunitats: Proporcionar una secció de preguntes freqüents detallada i un desglossament de costos

3. Etapa de reserva

- Objectiu: Com reserva el client el teu producte?
- Punts de contacte: On i com realitza la reserva? (per exemple, pàgina web, telèfon, plataforma de tercers)
- Accions del client: Què necessita fer per a completar la reserva? (per exemple, emplenar un formulari, cridar al servei d'atenció al client)
- Punts de reticència: Quins obstacles podria trobar el client en realitzar la reserva? (per exemple, formularis complexos, falta d'opcions de pagament)
- Oportunitats: Com pots agilitzar el procés de reserva i fer-lo més fàcil d'utilitzar?

Exemple:

- Punts de contacte: Pàgina de reserves en la teva pàgina web
- Accions del client: El client selecciona les dates i emplena les dades de la reserva
- Punts de reticència: Opcions de pagament limitades, formularis de reserva llargs
- Oportunitats: Oferir múltiples mètodes de pagament i simplificar el formulari amb menys camps obligatoris

4. Etapa d'experiència

- Objectiu: Com és l'experiència del client durant el viatge?
- Punts de contacte: Com interactuen amb el teu producte en persona? (per exemple, guia turística, allotjament, proveïdors d'activitats)
- Accions del client: Què estan fent i sentint en aquesta etapa? (per exemple, gaudint del tour, fent preguntes, enfrontant-se a desafiaments)
- Punts de reticència: Quins problemes podrien sorgir durant el viatge? (per exemple, retards, mal servei, falta de comunicació)
- Oportunitats: Com pots millorar la seva experiència i assegurar la seva satisfacció?

Exemple:

- Punts de contacte: Interacció amb el guia turístic, activitats locals
- Accions del client: Participació en activitats d'ecoturisme, exploració de la cultura local
- Punts de reticència: Malentesos sobre els horaris d'inici de les activitats
- Oportunitats: Proporcionar itineraris clars i actualitzacions regulars mitjançant SMS o notificacions de l'app

5. **Etapa post-experiència**

- Objectiu: Com reflexiona el client sobre la seva experiència?
- Punts de contacte: Com donen feedback o comparteixen la seva experiència? (per exemple, ressenyes, enquestes, xarxes socials)
- Accions del client: Què fan després del viatge? (per exemple, deixar una ressenya, recomanar el viatge a uns altres)
- Punts de reticència: Què podria impedir-los compartir comentaris positius? (per exemple, un procés de ressenyes complicat, falta de seguiment)
- Oportunitats: Com pots animar-los a compartir la seva experiència i mantenir la connexió?

Exemple:

- Punts de contacte: Enquesta post-viatge, plataformes de ressenyes, xarxes socials
- Accions del client: Comparteix fotos en Instagram, completa l'enquesta de feedback
- Punts de reticència: Falta d'incentius per a deixar una ressenya
- Oportunitats: Oferir un petit descompte per al seu pròxim viatge o sol·licitar una ressenya al final del "tour"

6. **Etapa de lleialtat**

- Objectiu: Com retens al client i fomentes la seva repetició de negoci?
- Punts de contacte: Quins mètodes uses per a mantenir-te en contacte amb el client? (per exemple, butlletins de correu electrònic, programes de fidelitat, ofertes especials)
- Accions del client: Què els motiva a tornar? (per exemple, ofertes exclusives, comunicació personalitzada)
- Punts de reticència: Què podria impedir-los tornar? (per exemple, falta de seguiment, escassa interacció contínua)
- Oportunitats: Com pots fomentar la lleialtat a llarg termini i convertir-los en defensors de la teva marca?

Exemple:

- Punts de contacte: Correu electrònic de seguiment amb ofertes exclusives, invitacions a programes de fidelitat
- Accions del client: El client rep un missatge d'agraïment amb un descompte per al seu pròxim viatge
- Punts de reticència: No hi ha una raó convincent per a tornar a reservar o interactuar més
- Oportunitats: Ofertes personalitzades basades en les seves preferències i comportaments de viatge previs

Exemple resumit d'un mapa del viatge per a un viatger familiar

1. Consciència: Veu un anunci d'un "tour" de natura per a tota la família en Facebook.
2. Consideració: Navega per la pàgina web, llegeix ressenyes sobre seguretat i activitats per a nens.
3. Reserva: Farcida un formulari simple, selecciona allotjament apte per a nens i reserva en línia.
4. Experiència: Gaudeix de caminades guiades per la naturalesa amb activitats educatives per a nens, excel·lent comunicació per part del guia.
5. Post-Experiència: Comparteix fotos en xarxes socials, deixa una ressenya positiva.
6. Lleialtat: Rep un correu electrònic amb un descompte per a la seva pròxima aventura familiar.

Mòdul 5. Formació en l'estructura d'activitats guiades i interpretatives – storytelling

Com a resultat del Mòdul 5, els estudiants del curs INHERIT seran capaços d'identificar els tipus de turisme potencials per a cada regió participant i els aspectes específics rellevants relacionats amb les activitats ofertes. Els estudiants podran crear una activitat guiada seguint l'estructura general, que inclou els quatre passos: preactivitat, inici, desenvolupament i tancament, i determinar quins elements són necessaris.

El Mòdul 5 conté material teòric sobre la guia turística, la interpretació del patrimoni i la narració d'històries. La primera activitat pràctica està dedicada als fonaments de la guia i s'integra en la Unitat 5.1. La segona activitat de camp està orientada al disseny d'una visita guiada i s'integra en la Unitat 5.2.

Títol	Activitat sobre els fonaments del guiatge
Objectiu	L'objectiu d'aquesta activitat és proporcionar als participants una aplicació pràctica del contingut cobert en classe sobre els elements essencials per a un guiat reeixit. Els participants aplicaran els seus coneixements mitjançant exercicis basats en diverses situacions reals.
Posició en el mòdul	Els exercicis pràctics s'integraran al llarg de tota la primera unitat, alternant entre aprenentatge teòric i activitats pràctiques.
Durada	En total, el contingut pràctic de la unitat ocuparà unes 4 hores.
Lloc	No es requereixen condicions específiques per a l'entorn d'aquesta activitat. Els participants hauran de practicar fora de l'aula, als voltants immediats de la ubicació del curs.
Materials	- Materials de suport per al guiat: Mapes, imatges, llibres, fullet - Accessoris de camp
Instruccions	● Establir grups de 3 a 4 persones per als exercicis, assegurant que els grups canviïn per a cada activitat. ● Definir la professió de guia dins de cada grup. ● Arribar a una resposta consensuada amb tota la classe. ● Definir els deures i funcions d'un guia. ● Arribar a una resposta consensuada amb tota la classe. ● Identificar els tipus de turisme on el guiat és beneficiós. ● Practicar les tècniques de guiat discutides en classe en parelles.
Procediment d'implementació	● Suport amb exemples d'experiències ● Retroalimentació sobre els exercicis i àrees de millora. ● Facilitar el procés de cerca d'acords per a cada grup.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Les sessions de seguiment s'integraran al llarg de l'activitat, consolidant la informació de cada grup i aconseguint respostes

	consensuades. A més, se sol·licitarà als participants que proporcionin comentaris sobretot el mòdul al final de la classe.
Desglossament - Debriefing (a l'aula)	• Com varia el rol d'un guia en els diferents tipus de turisme (per exemple, cultural, aventura, ecoturisme)? • Què tan efectivament puc comunicar-me i involucrar a audiències diverses? • Com puc assegurar-me que les meves pràctiques de guiat siguin inclusives i respectuoses amb les diferents perspectives culturals?
Criteris d'avaluació	✓ Pràctica de les tècniques de guiat amb almenys cinc recursos identificats com a interessants per cada soci del projecte.

Títol	Disseny d'una ruta guiada
Objectiu	L'objectiu d'aquesta segona activitat de camp és involucrar als estudiants en la creació de la seva pròpia ruta guiada. Començaran identificant els elements d'interès que desitgen incloure en el seu recorregut. Utilitzant les diverses eines cobertes en la Unitat 1, després dissenyaran una ruta destinada a connectar al públic amb el territori i practicaràn com presentar-la.
Posició en el mòdul	L'activitat de camp es realitzarà al final de la Unitat 2, després d'haver abordat els coneixements teòrics.
Durada	Durada aproximada: 6 hores.
Lloc	L'entorn ha de ser seleccionat en col·laboració amb els estudiants. Pot ser en els voltants de l'aula o dins de la zona potencial on es planifiqui realitzar la ruta guiada, sempre que sigui a prop.
Materials	- Materials de suport per al guiat: Mapes, imatges, llibres, fullets - Aparells de camp

Instruccions	- Els estudiants hauran d'identificar i seleccionar els elements i recursos turístics que desitgin incloure en la seva ruta, seguint els criteris discutits en el Mòdul 2. - Després, dissenyaran la seva ruta guiada utilitzant les eines de la Unitat 1 i els conceptes teòrics de la Unitat 2. - Al final de la classe, els estudiants tindran l'oportunitat de presentar la seva ruta en un entorn real davant una audiència i rebran retroalimentació i avaluació per part del professor.
Procediment d'implementació	• Suport amb exemples d'experiències • Retroalimentació sobre els exercicis i àrees de millora. • Suport en la creació de narratives creatives.
Sessió de seguiment (a l'aula)	Cada estudiant rebrà retroalimentació específica sobre la seva ruta i àrees definides de millora per a poder perfeccionar-la.
Desglossament - Debriefing (a l'aula)	• Són els elements i recursos inclosos en la ruta rellevants i atractius per al públic objectiu? • Està la ruta ben organitzada i estructurada en una seqüència lògica? He utilitzat un llenguatge clar i concís que sigui fàcilment comprès pel públic? • Soc capaç d'adaptar la meva presentació a les necessitats i reaccions del públic? • Com ha respost el públic a la ruta? He rebut comentaris constructius?
Criteris d'avaluació	✓ Dissenyar almenys 4 guies, 10 històries interpretatives per a cada soci del projecte ✓ Identificar almenys 4 activitats possibles per a cada soci del projecte.

Mòdul 6. Desenvolupament de productes turístics

Com a resultat del Mòdul 6, els estudiants del curs INHERIT seran capaços de sintetitzar l'experiència adquirida en els mòduls anteriors per a crear, marcar i comercialitzar un producte turístic basat en la interpretació del patrimoni i la narració d'històries en la seva àrea local. Els estudiants podran desenvolupar un codi ètic de conducta basat en els pilars de la sostenibilitat (econòmica, social, ambiental i cultural) per a garantir un futur coherent per al turisme en el seu territori.

L'activitat pràctica integrada en el Mòdul 6 és un projecte, que requereix que els estudiants dissenyin un producte turístic, desenvolupin la seva marca i un pla de màrqueting per a la seva promoció.

Títol	Dissenyar, Crear la Marca i Comercialitzar un Producte Turístic Sostenible
Resum	Aquesta activitat involucra als participants en el desenvolupament pràctic de productes turístics. Treballant en grups, els participants seleccionaran una ubicació, desenvoluparan un producte turístic, crearan una identitat de marca i dissenyaran un pla de màrqueting. Es posa l'accent en la sostenibilitat, la innovació i un enfocament centrat en el client, incorporant els conceptes clau de disseny de productes, branding i màrqueting.
Objectiu	Aplicar els principis de disseny de productes per a crear un producte turístic llest per al mercat. Desenvolupar una identitat de marca clara que comuniqui els valors i la singularitat del producte turístic. Crear i presentar un pla de màrqueting utilitzant eines digitals, amb enfocament en sostenibilitat i a aconseguir als públics objectius. Fomentar el treball en equip i la creativitat per a desenvolupar ofertes turístiques innovadores.
Posició en el mòdul	Aquesta activitat de camp es troba dins de la Unitat 6.2 del mòdul de Desenvolupament de Productes Turístics, després de la discussió

	teòrica sobre brànding, estratègies de màrqueting i desenvolupament de productes sostenibles.
Durada	Durada total: 3 hores ● Preparació i planificació: 20 minuts ● Desenvolupament de la marca: 50 minuts ● Desenvolupament de l'estratègia de màrqueting: 50 minuts ● Presentació i retroalimentació: 40 minuts ● Conclusions i reflexió: 20 minuts
Lloc	Els participants treballaran en petits grups a l'interior, utilitzant portàtils o tauletes per a desenvolupar identitats de marca, crear estratègies de màrqueting digital i preparar presentacions. Depenent de la ubicació, els grups també podran explorar productes turístics locals per a inspirar-se.
Materials	Portàtils/tauletes amb accés a internet per a la recerca de màrqueting digital. Paper, marcadors i bolígrafs de colors per a esbossar logotips i elements de creació de marca. Programari de disseny gràfic o de vídeo (opcional) per a la creació de contingut promocional avançat. Projector o pantalla gran per a les presentacions.
Instruccions	Preparació i Planificació (30 minuts) ● Revisar el producte turístic desenvolupat prèviament en activitats anteriors. ● Dividir als participants en grups petits (4-5 persones) i assignar rols (per exemple, estrateg de marca, estratega de màrqueting, director creatiu). ● Identificar els punts de venda únics del producte i discutir com incorporar-los en l'estratègia de brànding i màrqueting.

Procediment d'implementació	Pas 1: Desenvolupament de la marca (1 hora) Objectiu: Desenvolupar una identitat de marca forta i única per al producte turístic. ● Desenvolupament del nom de la marca i logotip: ○ Realitzar una pluja d'idees i finalitzar un nom memorable i impactant per al producte. ○ Esbossar un logotip senzill o una representació visual que comuniqui els valors fonamentals del producte turístic. ● Creació de l'eslògan i narrativa de la marca: ○ Crear un eslògan curt i atractiu que reflecteixi els punts de venda únics del producte.. ○ Escriure una història de marca convincent que emfatitzi la sostenibilitat, l'experiència del client i la proposta de valor única del producte. ● Posicionament de la marca: ○ Posicionar la marca dins del mercat competitiu destacant el que la fa sobresortir (per exemple, ecologia, autenticitat cultural, aventura). ○ Considerar el públic objectiu, el panorama competitiu i les tendències actuals del turisme. Pas 2: Desenvolupament de l'estratègia de màrqueting (1 hora) Objectiu: Crear una estratègia de màrqueting digital integral per a promocionar el producte turístic. ● Recerca de mercat i segmentació del públic: ○ Fer una recerca ràpida per a identificar els segments de clients objectiu del mòdul anterior. ○ Analitzar les tendències turístiques relacionades amb el producte (per exemple, el creixent interès en l'ecoturisme, els viatges d'aventura, el turisme de benestar). ● Segmentació, selecció de perfils i posicionament: ○ Definir els segments de mercat i seleccionar els públics objectius més rellevants (per exemple, millennials, cercadors d'aventures, viatgers ressò-conscients).
---	--

	○ Desenvolupar una declaració de posicionament que comuniqui el valor del producte al públic seleccionat. ● Mescla de màrqueting (4Ps) (30 minuts): ○ Producte: Revisar les característiques del producte existents i fer ajustos finals segons les necessitats del client. ○ Preu: Definir una estratègia de preus que reflecteixi tant el valor del producte com el seu posicionament en el mercat. ○ Plaça: Identificar els canals de distribució apropiats (per exemple, plataformes en línia, agències de viatges, xarxes socials). ○ Promoció: Desenvolupar estratègies promocionals utilitzant eines de màrqueting digital (campanyes en xarxes socials, associacions amb influencers, màrqueting per correu electrònic). ● Desenvolupament de l'estratègia de màrqueting digital: ○ Construir una presència en línia dissenyant una pàgina d'aterratge o esbossant idees per a un lloc web. ○ Planificar una estratègia de màrqueting de continguts (per exemple, publicacions en blogs, vídeos promocionals curts, publicacions atractives en xarxes socials) per a promocionar el producte turístic. ○ Esbossar una breu estratègia de SEU per a millorar la visibilitat en línia i generar trànsit orgànic. ○ Identificar influencers o bloguers l'audiència dels quals s'alineï amb el mercat objectiu i els valors del producte. Presentació i retroalimentació (1 hora) Objectiu: Presentar la marca desenvolupada i l'estratègia de màrqueting al grup per a rebre retroalimentació. ● Presentacions grupals: ○ Cada grup presentarà la seva identitat de marca, estratègia de màrqueting i pla de campanya digital. ○ Les presentacions han d'incloure una maqueta - storyboard - dels elements de màrqueting digital (per
--	---

	exemple, una campanya en xarxes socials, conceptes de publicacions en blogs o idees de disseny de llocs web). ● Retroalimentació i discussió: ○ La retroalimentació del grup i de l'instructor se centrarà en l'efectivitat del de la creació de marca, la claredat del missatge de màrqueting i la creativitat general per a promoure el producte turístic. ○ S'encoratjarà als grups a identificar possibles millores i àrees de refinament en la seva estratègia. Pas 4: Conclusions i reflexió (30 minuts) Objectiu: Reflexionar sobre el procés de la creació de marca i màrqueting i la seva aplicació en la indústria del turisme. ● Discussió: ○ Quins van ser els principals desafiaments enfrontats durant el desenvolupament de la creació de marca i màrqueting? ○ Com va garantir el grup la coherència entre la història de la marca, la identitat visual i el missatge de màrqueting? ○ Com es poden utilitzar les estratègies de màrqueting digital desenvolupades durant aquesta activitat en campanyes de màrqueting turístic més àmplies? ● Reflexió: ○ Discutir la importància de la creació de marca centrada en el client i com es van integrar els principis de sostenibilitat en l'estratègia de màrqueting. ○ Fomentar que els participants considerin com aquestes habilitats podrien aplicar-se a empreses turístiques del món real, especialment en un entorn digital competitiu.
Criteris d'avaluació	Creativitat: La capacitat del grup per a crear una identitat de marca atractiva i distintiva. Coherència de la marca: Què tan bé es van integrar els elements de la marca (nom, logotip, eslògan) en l'estratègia de màrqueting.

	Missatge de màrqueting: Claredat i efectivitat del missatge de màrqueting per a arribar al públic objectiu. Sostenibilitat: Com es van incorporar els principis de sostenibilitat en la marca i les campanyes promocionals. Execució tècnica: Qualitat i coherència del pla de màrqueting, incloses les estratègies digitals i les idees de contingut presentades. Col·laboració en equip: Eficàcia del treball en equip per a aconseguir els objectius de l'activitat i dividir les responsabilitats.
--	--

VI. Temporalitat de les activitats

Mòdul 1: Anàlisi dels recursos d'un territori	Durada
Unitat 1.1: Recursos naturals	1 h 30 min
Introducció als recursos naturals en el turisme	30 min
Presentació detallada sobre categories de recursos naturals (flora, fauna, geologia, clima, etc.)	1 h
Unitat 1.2: Recursos culturals	1 h 30 min
Introducció als recursos culturals en el turisme	30 min
Presentació detallada sobre categories de recursos culturals (arquitectura, artesanía, folklore, gastronomia, etc.)	1 h
Preparació d'activitat de camp	1 h 30 min
Visió general i planificació de l'activitat de camp	20 min
Selecció i recerca d'un territori per a anàlisi de camp	30 min
Preparació Grupal: eines i tècniques per a l'anàlisi de recursos in situ	40 min
Activitat de camp	10 h
Anàlisi i Identificació in situ de recursos naturals i culturals	8 h

Organització a l'aula, posada en comú i revisió de resultats	2 h
Conclusió, reflexió i resum	30 min
Punts cau i reflexió sobre experiències de l'activitat de camp	20 min
Debat de tancament: relació entre recursos i turisme sostenible	10 min
Total	15 h
Mòdul 2 : Avaluació i selecció preliminar dels recursos territorials	
Unitat 2.1. Criteris per a l'anàlisi i selecció de recursos	1 h 30 min
Introducció i presentació dels temes: temporalitat, raresa, demanda i polivalència	40 min
Exercici sobre polivalència	20 min
Presentació d'accessibilitat	10 min
Pluja d'idees en grup sobre accessibilitat	10 min
Presentació de propietat	10 min
Unitat 2.2. Sostenibilitat en el turisme rural	1 h 40 min
Presentació sobre els quatre pilars de la sostenibilitat: ambiental, cultural, social i financera	40 min
Exercici de pluja d'idees	20 min
Presentació sobre la relació amb marques/tipus en la zona	10 min
Exercici en grups (seguit d'informe i discussió)	30 min
Activitat de camp	1 h 30 min
Reflexions de la sessió i tancament	20 min
Total:	5 hores
Mòdul 3 : Identificació i anàlisi dels serveis territorials relacionats al turisme	
Unitat 3.1: Serveis bàsics en la cadena de valor del turisme	1 h

Unitat 3.2: Serveis específics que aporten valor afegit	1 h
Activitat de camp	2h
• Introducció al lloc	30 min
• Avaluació i recopilació de dades	1 h
• Retorn i discussió inicial	30 min
Total:	4 hores
Mòdul 4 : Anàlisi dels perfils de clients per a una oferta turística	Durada
Introducció i resultats d'aprenentatge	15 min
Unitat 4.1: Què constitueix un perfil de client	30 min
Components clau d'un perfil de client	15 min
Creació d'un perfil de client	15 min
Unitat 4.2: Enfocaments i eines per a l'anàlisi de clients	30 min
Enfocaments per a l'anàlisi de clients	15 min
Eines per a l'anàlisi de clients	15 min
Activitat de camp	4 h 30 min
Activitat 1: Perfil de Client Recopilació de dades: 45 minuts Anàlisi: 20 minuts Creació del perfil: 25 minuts	1 h 30 min
Activitat 2: Mapatge del Recorregut del Client Mapatge inicial: 20 minuts Anàlisi detallada dels punts de contacte: 45 minuts Presentació: 25 minuts	1 h 30 min
Activitat 3: Taller de Desenvolupament de Perfils Recerca: 20 minuts Creació del perfil: 45 minuts	1 h 30 min

Presentació: 25 minuts	
Reflexió	15 min
Total	6 hores
Mòdul 5: Guiatge i Interpretació	
	Durada
Unitat 5.1: Guiatge	3 hores
Introducció a la professió de guia: paper, responsabilitats, context històric	30 min
Presentació sobre els tipus de turisme i enfocaments de guiatge (cultural, aventura, ecoturisme)	30 min
Normes ètiques i millors pràctiques en el guiatge	30 min
Visió detallada de les tècniques d'interacció entre el guia i el visitant	30 min
Exercicis de paper interactiu: practicant tècniques clau d'orientació	1h
Unitat 5.2: Interpretació del patrimoni i Storytelling	3 h
Introducció a la interpretació del patrimoni: Conceptes i rellevància en el turisme	20 min
Presentació sobre tècniques i eines per a una interpretació efectiva	20 min
La narració d'històries com a eina interpretativa clau: Creació de narratives atractives	20 min
Exercici: Desenvolupant Temes i tècniques de narració	1h
Planificació i preparació per a l'activitat de camp: Selecció d'elements clau del patrimoni i disseny d'una ruta	1 hora
Activitat de camp	9 hores 30 min
Execució de la visita guiada dissenyada amb enfocament en tècniques d'interpretació	6 hores

Recol·lecció i revisió en classe de les troballes de l'activitat de camp	2 hores
Taller de Retroalimentació: Perfeccionament d'habilitats basat en les observacions de l'acompliment al camp	1 h 30 min
Conclusió i resum	30 min
Reflexió sobre el desenvolupament d'habilitats en guiatge i interpretació	20 min
Discussió final: Impacte a llarg termini del guiatge en la preservació del patrimoni	10 min
Total	16 hores
Mòdul 6: Desenvolupament de productes turístics	
Durada	
Unitat 6.1 Disseny de productes	30 min
Unitat 6.2 Marca i comercialització de productes	30 min
Activitat de camp	3 h
• Preparació i planificació	20 min
• Desenvolupament de la marca	50 min
• Desenvolupament de l'estratègia de màrqueting	50 min
• Presentació i retroalimentació	40 min
• Conclusions i reflexió	20 min
Total:	4 hores

VII. Instruccions per a formadors de INHERIT

Com es va esmentar anteriorment, l'aprenentatge experiencial implica un canvi en el rol del formador, que passa de ser un instructor tradicional a un facilitador de l'aprenentatge. El programa de formació actual té una durada total de 50 hores. Aquestes poden planificar-se per a realitzar-se en 5 dies consecutius o en 2-3 períodes de formació més curts. Una facilitació adequada per part del formador assegura procediments de treball orientats als objectius i als aprenents durant tot el curs de sis mòduls i en totes les fases de cada mòdul: fase de disseny, fase d'execució, fase d'avaluació i fase de retroalimentació.

Per molt experimentats que siguin, els bons formadors experiencials sempre es preparen per a cada formació específica. Organitzar un equip ben equilibrat, establir l'agenda, revisar minuciosament les presentacions i tasques, els mètodes, els materials i els resultats evita molts problemes potencials i fa que tant els aprenents com els formadors se sentin satisfets al final del dia.

Encara que la formació de INHERIT és un esdeveniment específicament estructurat amb un escenari sòlid i passos definits, la facilitació segueix les mateixes regles generals provades al llarg del temps en una varietat de formats. Tenir-les en compte sempre ajuda al bon formador i garanteix un ambient adequat, comportaments constructius i resultats positius del curs.

1. Diferents rols i tasques:

Un formador experiencial, com a bon facilitador, es diferencia de:

- un conferenciant
- un cap/president
- un animador
- un mestre
- un consultor

Les tasques d'un facilitador:

- Guiar als aprenents.
- Gestionar el grup.
- Seleccionar mètodes i enfocaments.
- Proposar tasques i procediments.
- Motivar als aprenents.
- Crear un ambient constructiu dins del grup.

Consell: no barregis els rols; sé un facilitador, sense importar quin sigui el teu rol fora de la formació. Fins i tot si ets un expert, un cap o un mestre en la vida real, no actuis com a tal en impartir aquest tipus de formació experiencial. abstenir-te de jutjar o d'assignar una nota d'examen.

2. Facilitació: tècniques bàsiques

Les tècniques de facilitació es poden subdividir en dos grups: un relacionat amb el comportament del facilitador i l'altre amb els mètodes aplicats.

Comportament

- Fer acords amb l'audiència
- Usar visualització/ imatges
- Utilitzar l'espai
- Usar la veu
- Percebre/ interpretar/ valorar
- Parafrasejar
- Llegir el llenguatge corporal
- Resumir i establir els pròxims passos

Mètodes

- Realitzar una pluja d'idees
- Formular tasques i preguntes
- Formar grups i reestructurar-los
- Facilitar l'intercanvi de resultats del treball en grup
- Gestionar el temps
- Usar dinàmiques energitzants
- Avaluar una sessió o el curs complet

Consell: En realitzar la formació de INHERIT (o qualsevol altra formació), elabora un pla per a tot l'esdeveniment. Per a cada mòdul i seqüència, prepara el comportament corresponent i relaciona'l amb el mètode que planeges usar. Pensa en els materials que necessitaràs: un rodafoli/ pissarra blanca, un projector, retoladors, presentacions, etc., i assegura't de tenir-los en el lloc de l'esdeveniment.

3. Regles de treball per a facilitadors

Condicions indispensables

- Prepara't bé i reacciona amb flexibilitat.
- Segueix l'agenda de la formació amb flexibilitat, però sense comprometre els resultats.
- Sé conscient del temps necessari i disponible.

Dirigeix als participants sense manipular-los

- Gana la confiança del grup: demostra que estàs ben preparat.
- Fes transparent la lògica del programa de formació INHERIT per al grup.
- Explica amb precisió les tasques a realitzar.

Manejar preguntes i crítiques

- Accepta preguntes i crítiques i visualitza-les.
- Mai et justifiquis ni t'excusis.
- Transfereix les preguntes i crítiques al grup de participants i sol·licita opinions addicionals.

- Anota en una llista de recordatoris les preguntes que no estiguin relacionades amb el tema actual.

Facilitar amb un col·lega: el seu paper

- Assistir al facilitador principal.
- Observar al grup i gestionar el temps.
- Ajudar a explicar les tasques en els grups de treball.
- Prendre notes i fer resums.
- Donar suport a la visualització.

Consell: En la formació INHERIT, el rol dels facilitadors és crucial. Familiaritza't amb l'escenari, el cronograma i les tasques dels diversos mòduls des del principi fins al final. Quan treballis en equip, tots els facilitadors han de repassar junts tot l'escenari amb antelació, distribuint rols, tasques i expectatives entre ells.

4. Visualització: per què i com utilitzar-la

- Facilita el seguiment actiu i millora l'assimilació de la informació transmesa.
- Millora l'enfocament en el tema en discussió.
- Fa que el context, les estructures i els processos siguin més fàcils de seguir i recordar.
- Permet una visió general i ajuda a mostrar connexions i relacions.
- No obstant això, requereix una preparació més minuciosa.
- Obliga els participants a usar arguments precisos i concrets.
- Redueix la implicació emocional quan sorgeixen discussions.
- Serveix com a documentació en registrar suggeriments, idees i resultats.

Consell: En el curs de formació INHERIT, la visualització exerceix un paper significatiu. Assegura't d'assignar les tasques adequades i proporcionar formats d'informe/ materials que permetin que els participants en totes les taules sentin que estan exercint-se per igual. Sé creatiu, però evita la improvisació: si no pots dibuixar un esquema o un gràfic, prepara'l amb antelació per a evitar el risc de no ser entès.

5. Protocol fotogràfic

Un protocol fotogràfic és un document útil per als participants en un curs de INHERIT. Permet reproduir totes les idees i propostes pràctiques tal com es van presentar durant l'esdeveniment. No sols es transmet la informació verbal, sinó també el disseny, els gràfics, etc. Si en les fotos apareixen persones, el protocol fotogràfic adquireix fins i tot un aspecte emocional. Mantingues un alt estàndard de qualitat! Una bona qualitat d'un protocol fotogràfic comença amb la qualitat dels retoladors i una escriptura llegible, tant teva com dels participants. El següent desafiament és l'ús de la cambra. Col·loca la teva càmera exactament en el centre del gràfic que fotografiaràs per a obtenir una imatge rectangular.

Pots crear el protocol fotogràfic en la teva computadora utilitzant un programa senzill com PowerPoint o Word. Redueix els píxels de les fotos segons el contingut; això et permetrà mantenir la grandària de l'arxiu en un nivell acceptable.

Consell: Cada vegada que expliquis les tasques als grups de treball, instrueix-los sobre com escriure en les targetes/ rodafolis. Mantingues la teva càmera estable en prendre les fotos!

6. Assignacions per a treball en grup

En general, la majoria dels participants entén una tasca només parcialment després d'una única presentació oral.

Una assignació ha d'incloure els següents elements:

- Composició i grandària del grup: especificar com es formaran els grups i quantes persones els integraran.
- Tasca: descriure l'activitat que s'ha de realitzar.
- Objectiu/propòsit de la tasca: explicar el propòsit de l'activitat assignada.
- Proposta de procediment: detallar els passos a seguir i la divisió del treball.
- Temps disponible: indicar quant temps tenen els grups per a completar la tasca.
- Materials: enumerar els recursos necessaris per a dur a terme la tasca.
- Resultat concret esperat: especificar el que s'espera com a resultat, acompanyat, si és possible, d'un exemple.
- Indicacions per a la presentació: explicar què ha de ser presentat, com i en quant temps.

Consell: Formula acuradament les assignacions per al treball en grup o les tasques. Escriu-les o visualitza-les per als participants. El facilitador principal d'un mòdul o sessió pot comptar amb el suport dels seus col·legues, els qui poden ajudar considerablement a aclarir les tasques als grups o participants individuals (sempre que també estiguin preparats per endavant).

Per a resumir, el programa de formació INHERIT exigeix que els facilitadors transitin de la instrucció tradicional a la facilitació, basant-se en principis d'aprenentatge experiencial. Els facilitadors exerceixen un paper vital en guiar als participants en el procés d'adquisició de coneixements i habilitats. En seguir pautes estructurades de facilitació, els formadors asseguruen una experiència centrada en el participant, participativa i orientada a resultats, preparant als participants per a enfrontar desafiaments del món real.

L'èxit de la formació depèn de la interactivitat, la flexibilitat i l'ús efectiu de tècniques com la visualització i la dinàmica de grup. El treball en equip i una preparació detallada són crucials

per a evitar problemes potencials i aconseguir que tant els participants com els facilitadors se sentin satisfets.

VIII. Referències

1. Bhattacharjee, J. (2015). Constructivist Approach to Learning – An Effective Approach of Teaching Learning. *International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies*, Vol. 1, Issue 1, 65-74.
2. Brame, J. C. (2016). Active learning. Vanderbilt University Center for Teaching. URL: <https://cft.vanderbilt.edu/active-learning/>, Accessed on October 3, 2024.
3. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:54958385>.
4. Johnson, D. & Johnson, R. (2018). Cooperative Learning: The Foundation for Active Learning https://www.researchgate.net/publication/330952938_Cooperative_Learning_The_Foundation_for_Active_Learning. Accessed on October 3, 2024.
5. Kolb, D. (1984). *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
6. Lachapelle, S. & N. Whiteside (2017). Experiential learning- a Framework for Impact. URL: https://www.uoguelph.ca/experientiallearning/sites/uoguelph.ca.experientiallearning/files/draft%20structure%20for%20EL%20hub%20%20for%20senate_1.pdf, Accessed on October 1, 2024.
7. Mainemelis, C., Boyatzis, R., & Kolb, D. (2002). *Learning Styles and Adaptive Flexibility. Testing Experiential Learning Theory*. Sage Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol. 33 (1):5-33.
8. Mollaei, F. & H. Rahmana (2012). Experiential Education Contribution to Language Learning. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_2_No_21_November_2012/31.pdf. Accessed on October 2, 2024.
9. Wolfe, D & Byrne, E. (1975). Research on Experiential Learning: Enhancing the Process. *Developments in Business Simulation and Experiential Learning*. Vol. 2.