

Programske vsebine strokovnega usposabljanja za pridobitev dodatne strokovne kvalifikacije Destinacijski menedžer v turizmu

1. Turistična destinacija in destinacijski management

- kaj je destinacijski management in kakšen je njegov pomen;
- funkcije regionalne destinacijske organizacije (RDO);
- organiziranost RDO (organi, vloge in odgovornost, delovanje, ipd.);
- koordiniranje RDO z deležniki (vertikalna in horizontalna povezanost, povezovanje znotraj in zunaj destinacije, sodelovanje s skupnostjo, sodelovanje z nacionalnimi in drugimi institucijami, idr.);
- pomen in vloga mreženja v turistični destinaciji.

2. Organiziranost mednarodnega in slovenskega turizma

- organiziranost (nacionalna, regionalna, lokalna);
- delovanje in funkcije javnega, zasebnega in civilnega sektorja;
- poznavanje osnov zakonodaje s področja turizma in zakonodaje z vplivom na turizem (zakoni in podzakonski akti, ipd.);
- javno-zasebno partnerstvo v turizmu (z navedbo uspešnih primerov dobrih praks).

3. Trženje turistične destinacije

- delovanje turističnega trga (ponudba, povpraševanje, storitev, specifice..);
- trženjske raziskave;
- financiranje v turizmu;
- ocena konkurenčnosti trenutnega stanja in aktualni trendi;
- pozicioniranje in segmentiranje destinacij, marketing miks;
- promocija destinacije;
- odnosi z domačimi in tujimi javnostmi in pomen komuniciranja;
- event management;
- interni marketing;
- znamčenje destinacij (vloga destinacijskih znamk, razvoj identitete in hierarhije znamk, vloga znamke I feel Slovenia itd.);
- primeri dobrih praks (navedba čim več primerov dobrih praks).

4. Prodajne poti

- prodajne poti v turizmu;
- sistem delovanja turističnih posrednikov (tour operaterjev, turističnih agencij);
- distribucija v vzponu - delovanje svetovnega spleta (socialna omrežja, spletna prodaja, rezervacijski sistemi ...);
- sodobna informacijska in komunikacijska tehnologija.

5. Razvoj turističnih proizvodov in storitev

- raziskovanje trga;
- integralni turistični proizvodi (ITP) in tematski turistični proizvodi (kongresni turizem ipd.);



- upravljanje življenjskega cikla turističnih proizvodov;
- razvoj novih turističnih proizvodov, ITP in tematskih proizvodov;
- vzpostavitev lokalnih verig dobaviteljev;
- inovativnost;
- primeri dobrih praks (navedba čim več primerov dobrih praks).

6. Management naravne in kulturne dediščine (primeri dobrih praks)

- valorizacija;
- interpretacija;
- trajnostni management kulturnega turizma.

7. Management zdraviliškega turizma in SPA turizma (primeri dobrih praks)

8. Management športnega turizma (primeri dobrih praks)

9. Management kongresnega turizma (primeri dobrih praks)

10. Trajnostni koncept razvoja turizma

- stebri;
- pomen;
- implementacija;
- znak za okolje EU (Ecolabel) in drugi ekološki oz. okoljski certifikati;
- metodologija spremljanja trajnostnega upravljanja turističnih destinacij (sistem indikatorjev trajnostnega razvoja turizma);
- »zelena« delovna mesta.

11. Zagotavljanje kakovosti turistove izkušnje

- CRM (Customer relationship management) (upravljanje odnosov s strankami);
- kakovost (tehnična, funkcionalna) in standardi;
- razvoj in upravljanje s kadri (sposobnosti, veščine, znanja, vedenje, izobraževanje, odnos do zaposlenih, ipd.);
- management dostopnosti (dostopnost destinacije, dostopnost v destinaciji, vloga turistično-informativnih centrov, idr.).

12. Gradnja osebne in strokovne profila destinacijskega managerja (specifične kompetence destinacijskih managerjev):

- osebna integriteta;
- sposobnost odločanja in vodenja;
- komunikacijske veščine;
- sposobnost hitrega prilagajanja in prevzemanja tveganja;
- sposobnost motiviranja;
- sposobnost ravnanja s timi;
- vizionarstvo in ciljna usmerjenost;
- sposobnost učenja, razvoja in nagnjenost k stalnemu izobraževanju;
- ustvarjanje ugodnega delovnega okolja;
- zmožnost pridobivanja informacij;
- zmožnost povezovanja (gradnja socialnih mrež, povezovanje s tujimi partnerji itd.).

