

Transgraniczny Świat Turystyki

Uwarunkowania i Perspektywy

Rozwoju Obszarów Przygranicznych



Program Szkolenia

„SKUTECZNY MARKETING USŁUG TURYSTYCZNYCH”

„Jak zauroczyć turystę?” „Wiedza czyni cuda!”

Hotel „Bartis”

Dzień I - 2 marca 2009 r.

- 9.00 – 9.30 **Rejestracja uczestników i poranna kawa**
- 9.30 – 11.15 **Rola władz lokalnych i regionalnych w kreowaniu polityki pro turystycznej**
- ◆ Dlaczego chcemy rozwijać turystykę? Jakich korzyści oczekujemy?
 - ◆ Narzędzia służące formułowaniu polityki proturystycznej
 - ◆ Analiza dotychczasowych działań w obszarze polityki proturystycznej partnerów projektu – analiza SWOT
 - ◆ Sformułowanie propozycji działań w obszarze polityki proturystycznej partnerów projektu
 - ◆ Studium przypadku: Rozwój turystyki w Irlandii
- 11.15 – 11.30 **Przerwa kawowa**
- 11.30 – 13.30 **Marketingowa koncepcja usługi turystycznej**
- ◆ Marketing – definicja, istota, funkcje, struktura
 - ◆ Piramida potrzeb Maslova oraz segmentacja rynku
 - ◆ Marketing miejsca- jak uczynić miejscowość atrakcyjną turystycznie?
 - ◆ Elementy otoczenia marketingowego
 - ◆ Komunikacja marketingowa



Fundusz Małych Grantów Transgranicznych i Międzyregionalnych



Wsparcie udzielone przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego

Transgraniczny Świat Turystyki

Uwarunkowania i Perspektywy

Rozwoju Obszarów Przygranicznych



- ◆ Współczesne trendy turystyczne
- ◆ Główne obszary turystyki o największych szansach rozwojowych
 - turystyka biznesowa
 - turystyka kulturowa i miejska
 - turystyka aktywna i specjalnych zainteresowań
 - turystyka wiejska, agroturystyka i ekoturystyka
 - turystyka przygraniczna i tranzytowa

13.30 – 14.30 **Obiad**

14.30 – 16.00 **„Istota produktu turystycznego”**

- ◆ Specyfika produktu turystycznego w ujęciu marketingowym
- ◆ Modelowa koncepcja tworzenia produktu turystycznego
 - Studium przypadku – „Pasłęckie pole golfowe”
- ◆ Marka produktu jako szczególny wyróżnik
 - Markowy produkt turystyki kajakowej a projekt „Ożywić Łynę”
 - Studium przypadku – „Park Jurajski” w Bałtowie

16.00 – 16.15 **Przerwa kawowa**

16.15 – 17.15 **Warsztat – czy nasza oferta jest dopasowana do rynku?**

- ◆ Praca w grupach: Nasza oferta a oczekiwania rynku
 - Na jakiego rodzaju produkty/ ofertę jest zapotrzebowanie? O co pytają turyści?
 - W jakim stopniu wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom? Jakie są największe braki w zaspokojeniu oczekiwań turystów odwiedzających nasz teren?
 - Jakie markowe produkty turystyczne możemy wykreować?

17.15 – 17.30 **Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia**

Transgraniczny Świat Turystyki

Uwarunkowania i Perspektywy

Rozwoju Obszarów Przygranicznych



Dzień II - 3 marca 2009 r.

- 9.00 – 9.30 **Rejestracja i poranna kawa**
- 9.30 – 11.00 **Rola informacji turystycznej w skutecznej promocji miejsca – Polski System Informacji Turystycznej**
- ◆ Podstawowe wiadomości o informacji turystycznej
 - ◆ Narzędzia i formy organizacyjne informacji turystycznej
 - ◆ Organizacja pracy centrum i punktu 'it'
 - ◆ Ocena systemu informacji turystycznej partnerów projektu z Polski i Obwodu Kaliningradzkiego
 - ◆ Walory turystyczne obszaru partnerów projektu
- 11.15 – 11.30 **Przerwa kawowa**
- 11.30 – 13.30 **„Jak zauroczyć turystę” – niszowe produkty turystyczne**
- ◆ Turystyka rowerowa – Europejskie trasy rowerowe – Eurovelo, zasady tworzenia tras rowerowych, wymogi turysty rowerowego, promocja turystyki rowerowej
 - Potencjał rozwojowy turystyki rowerowej w obszarze partnerów projektu
 - Studium przypadku – Trasy rowerowe w Austrii
 - ◆ Turystyka dziedzictwa historycznego i przemysłowego – nowe pomysły na przyciągnięcie turystów
Studium przypadku „Ironbridge” w Wlk. Brytanii
 - ◆ Agroturystyka i ekoturystyka – „Jak się wyróżnić i specjalizować?”
- 13.30 - 14.30 **Obiad**
- 14.30 – 15.30 **Dlaczego warto inwestować w profesjonalną obsługę klienta ? Jak umiejętnie rozwiązywać konflikty?**
- 15.30 – 15.45 **Przerwa kawowa**

Transgraniczny Świat Turystyki

Uwarunkowania i Perspektywy

Rozwoju Obszarów Przygranicznych



15.45 –17.15 **Skuteczne formy promocji turystycznej**

- ◆ Szczególna rola internetu i e- commerce

17.15 -17.30 **Podsumowanie drugiego dnia szkolenia**

Dzień III - 4 marca 2009 r.

8.30 –9.00 **Rejestracja i poranna kawa**

9.00 – 10.00 **Wspólne produkty turystyczne =wspólne działanie= wspólne finansowanie**

- ◆ „ 7 cudów unijnych funduszy” – wiedza czyni cuda
- ◆ Program współpracy transgranicznej Polska – Litwa – Obwód Kaliningradzki

10.00 –11.30 **Warsztat zamykający** – wypracowanie propozycji wspólnych produktów turystycznych oraz programu promocji

Prezentacja propozycji wspólnych projektów wypracowanych w grupach

11.30 –12.00 **Podsumowanie szkolenia i wręczenie certyfikatów**

12.00-13.00 **Obiad**

13.00- 16.00 **Wizyty studyjne w wybranych hotelach oraz obiektach gastronomicznych na terenie powiatu bartoszyckiego**



Fundusz Małych Grantów Transgranicznych i Międzyregionalnych



Wsparcie udzielone przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego