



Съфинансирано от
Европейския съюз



GASTRO-GUIDE



GASTRO-GUIDE

Нов професионален профил

в подкрепа на повишаване устойчивостта в
селските райони, чрез образование и
промотиране на местните агро-хранителни
вериги и гастрономията

ПРОФЕСИОНАЛЕН ПРОФИЛ

Проект № - 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия.

Тази публикация отразява само личните виждания на нейния автор и от Комисията не може да бъде
търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.



Copyright

© Copyright 2022 Проект GASTRO-GUIDE

Този документ не може да бъде копиран, възпроизвеждан или променен изцяло или частично за каквато и да е цел без писмено разрешение от консорциума GASTRO-GUIDE. Освен това трябва ясно да се посочат авторите на документа и всички приложими части от известието за авторски права.

Всички права са запазени.





СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ	4
I. Предназначение, цел и съдържание на професионалния профил на гастро-гида ...	12
II. Професионален профил	14
III. Определения и предположения	17
IV. Определяне на нивото на ЕКР	20
V. Работна среда и условия	22
VI. Методологически подход	24
A. Определяне на очакваните резултати от ученето за профила	24
B. Дефиниране на единици резултати от ученето (ЕРУ)	25
C. Определяне на критерии за изпълнение на резултатите от ученето.....	27
D. Оценяване на единиците резултати от ученето.....	27
VII. Възможности за работа	32
VIII. Учебен план с резултати от ученето и оценяване	39
БИБЛИОГРАФИЯ.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ 1:.....	57



ВЪВЕДЕНИЕ

Този курс е разработен в рамките на проект "**GASTRO-GUIDE, нов професионален профил в подкрепа на повишаване устойчивостта в селските райони, чрез образование и промотиране на местните агро-хранителни вериги и гастрономията**", реализиран с подкрепата на програма "Еразъм+" на Европейския съюз.

Проектът GASTRO-GUIDE се фокусира върху развитието на **нов професионален профил**, който да допринесе за обособяването на нова фигура, работеща в селските райони - тази на **гастро-гида** - като **треньор/обучител**, който има необходимите знания и умения да подпомага и координира дейностите на местните общности, така че хората, застрашени от изключване, да могат да се включат активно в развитието на региона, да учат и да преобразяват сами селската среда като се възползват от местното културно и гастрономическо наследство. Съответно, новият професионален профил на гастро-гида, ще обучи мести хора и експерти, които да могат **да организират учебни дейности** по места в селата, които са насочени към превръщането на автентичните усещания, вкусове, аромати, кулинарни практики и др. местни специфики в инструмент за **придаване на стойност на мястото и по този начин ще помагат на жителите на селските райони** да излязат на пазара на труда, с фокус върху жените, младите и безработните хора.

Проектът има за цел да **укрепи компетенциите в областта на туризма**, особено в гастрономическия туризъм в селските райони с по-слабо изразено икономическо развитие, чрез изграждане на професионалния профил на лице, което работи като треньор/обучител на жителите, и да допринесе за **подобряване на условията на живот на селските общности**, чрез повишаване на обществения интерес към нарастващото търсене на дейности за отдих и туризъм в селските територии.

Професионалният профил е разработен в **сътрудничество с експерти и изследователи** от партньорските организации по проекта, както следва:



Formación Y Asesores En Selección Y Empleo - FASE (Испания)
Cámara Oficial de Comercio e Industria de Teruel - CÁMARA (Испания)
Асоциация Кулинарни Изкуства и Гостоприемство - АКИГ (България)
Social Cooperative Enterprise - SYN TOIS ALLOIS (Гърция)
Graiciuno aukstoji vadybos mokykla - AVM (Литва)
Karaiskos Farm (Гърция)
Istituto Formazione Operatori Aziendali – IFOA (Италия)
Unione Regionale Delle Camere Di Commercio Dell' Emilia-Romagna (Италия)
Women Foundation - Viva Femina (Полша)



Гореспоменатият проект (наричан накратко "проект Gastro-Guide" или „проект GG") има за цел да предложи решения на съществуващи проблеми, свързани с развитието на селските райони, които надхвърлят националните граници на отделните страни в Европа. Финансовите инструменти на Европейския съюз (ЕС), насочени към подпомагане на регионалното развитие - и по-специално тези, които се прилагат за селските райони в държавите от ЕС - са по-скоро фокусирани върху административни и инфраструктурни инвестиции и подобрения. Необходими са допълнителни усилия, когато става въпрос за развитието на местните общности и подобряване на благосъстоянието на населението в тези райони. Това предполага инвестиции в образованието и обучението, както и развиване на предприемачески умения на местните хора, за да могат те да намерят своето място на пазара на труда. Тук идва и първата важна роля на гастро-гида, който ще действа като **треньор, който обучава хората** в необлагодетелстваните селски райони в Европа как да популяризират собственото си село и да посрещат посетители.

От друга страна, проектът Gastro-Guide използва ресурсите, които вече съществуват в селските райони на страните партньори, като например: културно, историческо и гастрономическо наследство; туристически забележителности и природни дадености; традиции в селското стопанство и производството на храни; неурбанизирана, зелена и безопасна среда и др. Въпреки че обикновено местните хора пазят всички тези знания и традиции и се гордеят с тях, те често остават непознати за хората извън конкретния регион. Имайки предвид всичко това, проектът Gastro-Guide се фокусира и върху подготовката на местни "**посланици**", които да предават и популяризират тези съкровища сред останалата част на света.

При изготвянето на профила, партньорите от различните представени в проекта държави, потърсихме съществуващи и общоприети възприятия на думите, съставляващи заглавието на новия професионален профил (Gastro-Guide/гастро-гид), за да се уверим, че избраното заглавие на профила ще бъде еднакво (или поне сходно) разбирано и възприемано във всички партньорски страни и ще има еднакво значение и съдържание. По този начин, един бърз преглед на популярните определения доведе до много интересни наблюдения.



Например, Оксфордският речник дава няколко определения за думата "гид" (guide):

1. (съществително) човек, който показва пътя на другите, и по-конкретно такъв, който е нает да развежда туристите из интересни места;
2. (съществително) човек, който съветва другите, особено по въпроси, свързани с поведение или вяра.

Първото е ясно свързано с физическото водене или ориентиране на други хора към дадено място (обикновено ролята на туристическия гид/екскурзвод). Второто, обаче, добавя елемента на наставничество или обучение, извършвано от някой по-опитен - треньора, който подкрепя своя отбор/екип (в случая с гастро-гида, това са местните хора) в представянето на (тяхното място) по най-добрия начин. Това се потвърждава и от определението на "водя" (от английски език "guide") като глагол:

1. (глагол) показвам или посочвам пътя (на някого)
2. (глагол) насочва или влияе върху поведението или развитието (на някого)

Друга интересна интерпретация се открива в речника Камбридж (онлайн), където първото значение на "гид" е за "книга, която ви дава най-важната информация по даден въпрос".

И така, нашият гастро-гид ще трябва да изпълнява всички тези функции на водач, наставник и въздействащ фактор.

От друга страна, терминът "гастро" по дефиниция е свързан с анатомията или медицината и по-специално посочва нещо, свързано със стомаха. Разбира се, в нашия случай това се използва в преносен смисъл, за да се определи видът туризъм или атракции, които ще представляват интерес за гастро-гидовете като професионалисти. Интересно е да се отбележи, и че при търсене в интернет на словосъчетанието "гастро-гид" (на английск език "gastro-guide") се появяват куп различни книги или уебсайтове, имащи формата на пътеводител или пътеписи, които изброяват различни заведения за хранене (ресторанти, барове и др.), предлагащи храна, но също така и уникални преживявания при хранене или дори рецепти, типични за дадено място. Така че можем да наречем нашия гастро-гид



"живата книга" за конкретното място, която ще ви разведе из него, ще ви препоръча най-добрите места за хранене и най-добрите неща, които да опитате.

Една много важна дефиниция, която също беше взета предвид при изготвянето на професионалния профил на гастро-гида, беше Европейската класификация на уменията, компетенциите, квалификацията и професиите (ESCO), която определя туристически гид като:

Работници в сферата на обслужването и продажбите -> Персонал в сферата на обслужването -> Придружители, кондуктори и екскурзоводи -> Екскурзоводи -> Туристически гид (код 5113.1)

Описание (по отношение на определението в ESCO): *"Туристическите гидове подпомагат отделни лица или групи по време на пътувания или обиколки на забележителности или на места, представляващи туристически интерес, като музеи, художествени обекти, паметници и обществени места. Те помагат на хората да интерпретират културното и природното наследство на даден обект, място или район и предоставят информация и насоки на избран от тях език."*

Защо е важно да се разберат разликите между туристическия гид (екскурзовода) и гастро-гида?

Професията на туристическия гид е регулирана в по-голяма или по-малка степен в повечето страни от ЕС. В допълнение към обичайната проверка на компетентността на завършилите различни курсове за туристически водачи, чрез държавни/национални изпити по предварително определени стандарти, и получаването на диплома/сертификат, за да се упражнява професията, за да упражнява едно лице такава дейност, то трябва да се получи и лиценз (обикновено издаван на национално ниво). Причината за тази регулация обикновено е свързана с разбирането, че туристическите гидове са "лицето" на конкретната страна/място, те предоставят информация на посетителите, която се приема за "вярна" и влияе върху формирането на мнението и отношението на туристите. Ето защо тази професия се наблюдава от властите и се съгласува с националните политики и/или стратегии за развитие на туризма.



Най-общо, ролите, които проектът Gastro-Guide определя за гастро-гида като професионалист, могат да бъдат категоризирани, както следва:

- Обучител / наставник / ментор
- Промоутър (популяризиращ нещо) / посланик

Роля на Гастро-гида	Описание
1) Обучител / наставник / ментор	<p>В тази роля, гастро-гидът ще оказва подкрепа на местните жители на селото / населеното място, в качеството им на обучители и наставници, като ги обучават и насърчават да бъдат предприемчиви и да създават или управляват малък/семеен бизнес, който се възползва от местните ресурси и същевременно е полезен за общността. Гастро-гидът ще има за задача да обучава местните жители и:</p> <ul style="list-style-type: none"> - да ги подкрепя в създаването на малки ферми или градини, и в отглеждането на растения или животински видове и породици, от които се добиват характерни местни хранителни продукти; - да ги насърчава да съхраняват растенията/храните и да насърчава използването на местни хранителни продукти в ресторантите, за да се запази качеството на местната кухня. <p>Освен това гастро-гидът ще обучава/подтиква местните жители в селата да възстановяват стари къщи и да предлагат места за настаняване на гости, да бъдат креативни и да изработват занаятчийски изделия и т.н.</p>
2) Промоутър / посланик / агент	<p>Във втората му отредена роля, гастро-гидът ще действа като водач и обучител на туристи, като запознава посетителите с културата на селото, гастрономията, местните хранителни продукти, културното наследство и т.н., с цел популяризиране на селото и района и повишаване на неговата привлекателност.</p>

Като имаме предвид тези две основни области на работа или роли, по-нататък правим по-детайлен анализ на отговорностите на гастро-гида, или какви са дейностите, които се очаква той да извършва, както и задачите, които трябва да изпълнява.

Отговорности (в зависимост от ролята на гастро-гида)	Дейности и задачи	Умения и компетенции, които са необходими за гастро-гида
1)	Като обучител / наставник / ментор	
Оказване на подкрепа на местните жители на	- Обучение на местните жители и подкрепа за	- Познаване на националното /



селото в качеството им на обучители и треньори, като ги обучават и насърчават да бъдат предприемчиви, като създадат или управляват малък/семеен бизнес, който се възползва от местните ресурси и в същото време е полезен за общността.

създаването на малки плантации от автохтонни хранителни продукти;

- Насърчаване на местните жители да съхраняват растения/храни и да насърчават използването на местни хранителни продукти в ресторантите, за да се запази качеството на местната кухня;
- Обучение/ насърчаване на селяните да възстановяват стари къщи и да предлагат места за настаняване, да бъдат креативни и да изработват занаятчийски изделия и т.н.

регионалното законодателство по отношение на икономическите оператори в хранително-вкусовата верига и туризма (счетоводство, управление на МСП, финанси, лицензионни режими, спецификата на земеделските стопанства, къщите за гости, туристическите забележителности, ресторантите и др. като икономически оператори);

- Познаване на управлението на МСП (на практика);
- Познаване на предприемачеството и техниките за продажби;
- Познаване на принципите на маркетинга и промоцията;
- Познаване на местната кухня (традиционни ястия, хранителен режим, продукти...);
- Познания за гастрономическата индустрия;
- Познаване на управлението на продуктите;
- Отлични комуникационни и презентационни умения - способни да убеждават местните хора в ползите от



		<p>предложените решения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Педагогически умения и способност за представяне на информация по структуриран и ангажиращ начин.
2) Като промоутър / посланик / агент		
<p>Действа като водач и обучител на туристи, като запознава посетителите с културата на селото, гастрономията, местните хранителни продукти, културното наследство и т.н., с цел популяризиране на селото и повишаване на неговата привлекателност.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Управление на туристическия бранд на дадено място; - Популяризиране на агротуризма, местните продукти и услуги; - Сътрудничество с регионалните и местни власти и други институции; - Водене на уебсайт/блог за местната култура, вкл. продукти/услуги, в т.ч. гастрономия на селския район/регион; - Разработване на атрактивни туристически продукти и предложения за различни групи получатели; - Организиране на различни събития, фестивали, концерти, състезания, ритуали и др; - Организиране на кулинарни, занаятчийски и други семинари; - Организиране на конференции, семинари и обучения като част от добрите практики. 	<ul style="list-style-type: none"> - Познаване на местната култура, фолклор, обичаи и др.; - Отлични организационни умения; - Познаване на принципите на маркетинга и промоцията; - Отлични комуникационни умения (вербални и невербални); - Познания и умения за поддържане на уебсайт, публикуване на съдържание в социалните медии; - Умения за водене на преговори; - Боравене с чужди езици; - Култура и история на местната територия; - Познаване на богатствата на територията: общи характеристики и особености. Как да се избере това, което трябва да се популяризира; - Познаване на традициите на местната територия, вкл. местни продукти, кухня, занаяти, обичаи и др., в т.ч. разбиране на връзката между продуктите и



		територията (включително историческите аспекти).
--	--	---

Накрая, след като определихме изискванията към гастро-гидовете, по отношение на това, което се очаква от тях, определихме и техните нужди от обучение, както и учебното съдържание, което трябва да бъде разработено, за да ги подготвим да изпълняват ролята си, да осъществяват възложените им дейности и да се справят успешно със задачите си.

В резултат, учебната програма за обучение на гастро-гидове беше разработена така, че да включва следните **компетенции**:

- ✓ Познания за местните хранителни продукти. Как се произвеждат, какви са качествата, видовете и т.н.;
- ✓ Познания за други местни атракции за от интерес за посетителите и туристите;
- ✓ Организация на туристически пакети и посещения за туристите;
- ✓ Педагогически умения, за да предават знания и практически техники, така че да се вписват в процеса на създаване на стойност на знанието.
- ✓ Сътрудничество и работа в мрежа с други местни гастро-гидове, от други европейски региони.

I. Предназначение, цел и съдържание на професионалния профил на гастро-гида

Целта на новия професионален профил е да допринесе за подобряване на предлагането на професионално образование и обучение (ПОО) в областта на гостоприемството и кулинарните изкуства, в отговор на нарастващото пазарно търсене на специалисти, които трябва да се отличават, не само с умения за готвене, но и с умения в областта на гастрономията като комбинация от знания, опит, изкуство и занаят. Това е важно, за да се гарантира, че курсът "Gastro-Guide" дава възможност на обучаващите се да придобият комбинация от умения, която съчетава теория и практика, позволявайки им да изпълняват конкретна професия, но също така им дава възможност да напредват и да се връщат към образованието и обучението, за да могат да повишават и допълват уменията си, както и да ги подкрепят, ако изберат пътя на предприемача или самостоятелно заетите лица.



Професионалният профил на гастро-гида е създаден като рамка за структуриране на курса за гастро-гид, разработен в рамките на проекта. Той е резултат от задълбочено кабинетно и теренно проучване за определяне на настоящата ситуация в страните партньори и очертаване на нуждите от обучение на гастро-гидовете. Поради това, профилът се състои от настоящия документ и подробната учебна програма за курса за обучение на гастро-гидове, която е представена в отделно приложение за по-лесна справка от страна на доставчиците на обучение и обучаемите.

Освен това, с партньорите по проекта разработихме самото съдържание на обучението под формата на 5 модула за обучение - всеки от тях предвижда придобиване на специфични компетентности. Курсът за обучение за гастро-гид се състои от следните модули за обучение:

- 1) Основи на туризма и гостоприемството
- 2) Идентичност и контекст на гастрономическия туризъм
- 3) Предприемачество в областта на агро- и гастрономическия туризъм
- 4) Умения за представяне и комуникация
- 5) Техники за наставничество и менторство

Професионалният профил допълва разработения обучителен курс, като дава цялостната рамка, в която ще бъде осъществявано обучението. Както профилът, така и учебната програма и материалите за обучение са разработени на английски език и след това са преведени на езиките на партньорите. Възможно е разработената рамка на профила да се различава в отделните страни-партньори, като се има предвид, че някои от идентифицираните единици резултати от ученето (ЕРУ) вече са включени в задължителните учебни програми в официалната образователна система на страната (например за екскурзовод), така че профилът и обучението може да се адаптира допълнително, с оглед приложимост и съответствие с нормативната уредба, във всяка страна и отделна ситуация. Той може да бъде допълнен с избираеми и/или незадължителни единици резултати от ученето (ЕРУ), респективно модули за обучение, които са задължителни съгласно рамката на ПОО и законодателството в съответната държава.

Курсът на обучение ще подготви обучаемите за извършване на технически, педагогически и управленски дейности, в подкрепа на местното развитие в селските райони, чрез насърчаване и поощряване на местното население към предоставянето на производство и/или услуги в областта на хранително-вкусовата промишленост. Курсът има за цел да предостави на завършилите съответните знания и умения в сектора на гостоприемството, но също така, да им помогне да придобият необходимите адекватни личностни и меки умения, както и интегрирани управленски умения.



II. Професионален профил

Наименование на професионалния профил (на английски език и на езиците на партньорите):	
<i>Английски език</i>	Gastro-Guide
<i>Български език</i>	Гастро-гид
<i>Испански език</i>	Gastro-Guía
<i>Литовски език</i>	Gastro-gidas
<i>Италиански език</i>	Gastro-guida
<i>Полски език</i>	Gastro-Przewodnik
<i>Гръцки език</i>	Γάστρο-οδηγός
Кратко описание:	
<p>Гастро-гидът е експерт, който подкрепя развитието на местните общности и допринася за устойчивостта на селските райони, чрез обучение на местното население и популяризиране на местното производство на храни и гастрономията. Гастро-гидовете са професионалисти, които помагат на местните жители на селото да представят пред пристигащите туристи по най-добрия начин всички предимства, достойнства и уникални черти на населеното място и региона, като ги обучават в придобиване на умения за посрещане на посетители. Те насърчават жителите на населените места в селските райони да бъдат предприемчиви като произвеждат занаятчийски храни, възстановяват стари къщи и предлагат места за настаняване на гости, като им помагат да бъдат креативни, да изработват различни занаятчийски изделия, като например керамика, и др. От една страна, гастро-гидът обучава своите съселяни, а от друга - запознава посетителите на селото с културата, гастрономията, местните хранителни продукти и т.н. Гастро-гидът превръща своето малко населено място в дидактично пространство за обучение и експериментиране за работещите в сферата на кетъринга, предприятията за производство на храни и хората от всички възрасти, които се интересуват от гастрономия.</p>	
Място на професионалния профил в международните класификационни системи:	
ЕКР ниво:	Ниво по Европейската квалификационна рамка/ЕКР: 3
Професионална област и сектор/и:	Хотелиерство и туризъм Хотелиерство, ресторантьорство и кетъринг Агро-хранително производство
Област ¹ :	ISCED-F 2013: 1015 Пътуване, туризъм и отдих
Справка в ISCO:	ISCO 08: 5113 Туристически водач / Екскурзовод
Справка в ESCO:	ESCO: 5113 Екскурзовод
Препратка към НКР на партньорите:	
<i>България</i>	Национална квалификационна рамка: нови по НКРЗ (втора степен на професионална квалификация)

¹ ISCED-F 2013



Предложена продължителност:	
Разработена в учебната програма, като се има предвид формалната система за ПОО.	
<i>Предложената продължителност на обучението за гастро-гид е свързана с работното натоварване в учебни часове, предвидено в учебния план. Въпреки това за професионалния профил не е определен конкретен брой учебни часове, за да се даде възможност за придобиване на знания в различни учебни/работни контексти (и по този начин да се даде възможност за признаване и валидиране на единиците резултати от учението, от които се състои курса за гастро-гид, разработен по проекта).</i>	
Изисквания за участие в обучението:	
<i>Минимално входящо образователно-квалификационно ниво (в съответствие със законодателството на страните партньори)</i>	
България	<p>За ЕКР 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - завършен XI клас и придобита втора степен на професионална квалификация - за ученици; - придобито право за явяване на държавни зрелостни изпити или придобито средно образование - за лица над 16 години.
<i>Други изисквания (определени от консорциума на проекта)*</i>	
*Тези изисквания са определени от консорциума GASTRO-GUIDE, за да се даде възможност за участие на максимален брой обучаеми в курса за гастро-гидове, като се има предвид наличието на интерактивна образователна среда (платформа). Те могат да бъдат адаптирани към конкретен контекст, ако бъде постигнато допълнително споразумение между партньорите или доставчиците на обучение.	
Предишно обучение/образование:	Предишно образование/обучение в областта на туристическото ориентиране или свързана с него специалност (напр. география, кулинария и гастрономия, туризъм и хотелиерство и др.) (по избор)
Минимална възраст:	16 години Минималната възраст на кандидатите може да варира, в зависимост от националното законодателство в страните партньори и специфичните учебни програми. *За България - минимум 16 години при професионално обучение на възрастни.



Език:	Обучението за гастро-гид и разработено на английски език, но също така е преведено на всички езици на партньорите (вкл. на български език), следователно не се предвиждат изисквания за знания по чужд език от кандидатите за обучение.
<i>Други изисквания, в зависимост от спецификата на законодателството на страната</i>	
+ допълнителни изисквания за страната (документи, сертификати, здравни доклади и др., ако има такива) За България: кандидатите за професионално образование и обучение следва да представят медицинско удостоверение, издадено от личен лекар, че професията и специалността, по които желаят да се обучават не им е противопоказна.	
Изходно ниво на образование/обучение на курса:	
<i>Документи, получени след успешното завършване на обучението:</i>	
За България	<ul style="list-style-type: none">- Удостоверение за професионално обучение по част от професията (напр. професия с код 812030 „Екскурзовод“, специалност код 8120302 „Екскурзоводско обслужване“ - III СПК)- Europass сертификат за преминал курс на обучение (издадено от институцията/ите, предоставяща/и обучението, ако е приложимо)



III. Определения и предположения

За целите на проекта GASTRO-GUIDE **професионалният профил** се определя като комплексен набор от резултати от ученето (РУ), разработени в професионални компетенции и общи знания и умения, необходими за формирането им, групирани в отделни единици резултати от ученето (ЕРУ). Всяка Единица резултат от ученето е отделна част от цялостния професионален профил, която може да бъде независимо оценена или валидирана.

Действащото понастоящем определение за **"резултати от ученето"**, дадено в Препоръка на Съвета от 22 май 2017 г. относно Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот и за отмяна на Препоръката на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. за създаване на Европейска квалификационна рамка за учене през целия живот, описва резултатите от ученето като **"твърдения относно това какво знае, разбира и може да прави учащият след приключване на учебния процес, които се определят по отношение на знанията, уменията и отговорността и самостоятелността"**². Това определение се различава от предишното, дадено в решението на Съвета от 23 април 2008 г. за създаване на Европейска квалификационна рамка за учене през целия живот, където третият елемент на РУ (освен знанията и уменията) беше **компетентността**.

Въведеният дескриптор в ЕКР, представляващ отговорност и самостоятелност, има значението на способността на учащия да прилага знанията и уменията си самостоятелно и с определена степен на отговорност. Освен това значението на компетентността е насочено към доказаната способност да се използват не само придобитите в процеса на обучение знания и умения, но и личните, социалните и други способности в реални житейски ситуации и в работата. CEDEFOP тълкува компетентността като действително постигнати резултати от обучението, потвърдени чрез способността на учащия самостоятелно да прилага знанията и уменията си на практика, в обществото и на работното място².

Въпреки това професионалният профил, разработен за "гастро-гида", ще бъде описан по отношение на резултатите от обучението и отделните елементи (знания,

² Cedefop (2017). Defining, writing and applying learning outcomes: a European handbook.



умения и компетенции). Ето защо в контекста на проекта "GASTRO-GUIDE" ще се прилагат следните определения, следвайки общото разбиране на терминологията сред партньорите по проекта:

<p>Препоръка на Съвета от 22 май 2017 г. относно Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот</p>	<p>В контекста на проекта GASTRO-GUIDE</p>
<p>Резултати от обучението означава твърдения за това какво знае, разбира и може да прави обучаемият след приключване на учебния процес, които се определят по отношение на знанията, уменията, отговорността и самостоятелността.</p>	<p>Резултатите от ученето са замислени като ключови реализации / постигнати ключови задачи, с които обучаемият доказва набор от придобити знания, умения и компетентност.</p>
<p>Знанието е резултат от усвояването на информация чрез учене. Знанието е съвкупност от факти, принципи, теории и практики, свързани с дадена област на работа или обучение. В контекста на ЕКР знанията се описват като теоретични и/или фактологични.</p>	<p>Знанията се описват по отношение на това, което учащият знае/познава и разбира.</p>
<p>Умение означава способността да се прилагат знания и да се използва ноу-хау за изпълнение на задачи и решаване на проблеми. В контекста на ЕКР уменията се описват като когнитивни (включващи използването на логическо, интуитивно и творческо мислене) или практически (включващи ръчна сръчност и използването на методи, материали, инструменти и приспособления).</p>	<p>Уменията се описват като това, което учащият може да прави.</p>
<p>Компетентност означава доказана</p>	<p>Компетентността се описва по</p>



способност за използване на знания, умения и личностни, социални и/или методологически способности в работни или учебни ситуации и в професионалното и личностното развитие.	отношение на това, за което обучаемият е отговорен/надзирава.
--	---

За целите на проекта GASTRO-GUIDE беше решено да се използва следната структура за определяне на **резултатите от обучението**:

- за да опишете знанията, използваме израза "обучаемият знае/познава и разбира ...".
- за описание на уменията използваме израза "обучаемият е в състояние да ...".
- за описание на компетентностите, по отношение на отговорността и самостоятелността, използваме фразата "обучаемият е отговорен за/наблюдава/изпълнява ...". + самостоятелно/в екип ...

Резултатите от обучението са **групирани в единици с резултати от ученето** (ЕПУ). В контекста на проекта GASTRO-GUIDE единицата резултат от ученето се разбира като компонент на професионалния профил, състоящ се от съгласуван набор от знания, умения и компетентности, които могат да бъдат независимо оценени и валидирани.

Тъй като е необходимо да се прави разлика между планираните резултати от ученето (желаните резултати от ученето с оглед на успешното изпълнение на определена професия) и ефективно постигнатите резултати от ученето (действително постигнатите резултати от ученето след процеса на учене), които могат да бъдат измерени и оценени, в контекста на проекта GASTRO-GUIDE, единицата резултати от ученето се състои от набор от компоненти, които включват не само описание на очакваните резултати от ученето по отношение на знанията, уменията и компетентността, но и **средствата и критериите** за тяхното оценяване. За тази цел всеки планиран резултат от ученето е свързан със съответните средства за оценяване и критерии за изпълнение, които са измерими, наблюдаеми и предоставят качествена и количествена информация за изпълнението, въз основа на реални работни ситуации. Подробни процедури, критерии и инструменти за оценяване са представени допълнително в приложенията към съдържанието на обучението (учебните модули). Компонентите на единицата резултати от ученето, взети заедно с инструментите за оценяване, позволяват да се сравнят очакваните резултати от ученето с постигнатите резултати от ученето и да се установи до каква степен са постигнати резултатите от обучението.

Като се има предвид, че резултатите от ученето представляват отправна точка за признаване и валидиране на неформалното и самостоятелното учене, фокусът следва да бъде върху постигнатото обучение, а не върху конкретния необходим срок³. Ето защо продължителността на обучението не е посочена тук в

³ https://www.cedefop.europa.eu/files/4156_en.pdf



професионалния профил по отношение на конкретен хорарум на обучение, а е доразвита в учебната програма, като се отчитат различните схеми на обучение и възможния контекст за провеждане на обучението.

IV. Определяне на нивото на ЕКР

Определянето на точното ниво по Европейската квалификационна рамка (ЕКР) за новия професионален профил по отношение на националните квалификационни рамки (НКР) на страните партньори премина през процес на проучване и анализ на спецификата на нивата на ЕКР - 3 и 4, за да се избере това, което е най-подходящо за целите на профила Gastro-Guide, като се имат предвид спецификата и контекстът на страната.

Основни умения и компетентности	Основни/незадължителни познания	Незадължителни умения и компетентности
<i>изграждане на мрежа от доставчици в областта на туризма</i>	<i>местна география</i>	<i>консултиране в областта на опазването на природата</i>
<i>провеждане на образователни дейности</i>	<i>информация за забележителности</i>	<i>прилагане на чужди езици в туризма</i>
<i>обучение по въпросите за устойчивия туризъм</i>	<i>екотуризм</i>	<i>демонстриране на межкултурна компетентност в областта на услугите в гостоприемството</i>
<i>създаване на решения на проблеми</i>	<i>въздействие на туризма върху околната среда</i>	<i>разпространение на местни информационни материали</i>
<i>осигуряване на здравето и безопасността на посетителите</i>	<i>животински видове</i>	<i>определяне на характеристиките на растенията</i>
<i>ангажиране на местните общности в управлението на защитените природни територии / опазването</i>	<i>географски райони, свързани с туризма</i>	<i>насърчаване ентузиазма към природата</i>



<i>на местните ресурси</i>		
<i>придружаване на посетители до интересни места</i>	<i>местна туристическа индустрия</i>	<i>поддържане на отношения с доставчици</i>
<i>предоставяне на информация за посетителите</i>	<i>поддръжка на природни зони</i>	<i>насърчаване на дейностите за отдих</i>
<i>наблюдение на обиколките на посетителите</i>	<i>растителни видове</i>	<i>предоставяне на информация, свързана с туризма</i>
<i>информирание на посетителите в туристическите обекти</i>	<i>туристически пазар</i>	<i>посрещане на туристически групи</i>
<i>обслужване на клиенти</i>	<i>политики в туристическия сектор</i>	<i>владееене на различни езици</i>
<i>управление на туристически групи</i>	<i>маркетингов микс</i>	<i>подкрепа за местните икономики</i>
<i>подкрепа за местния туризъм</i>	<i>маркетингови принципи</i>	
<i>избор на маршрути за посетители</i>	<i>маркетинг и реклама</i>	
<i>обучаване на гидове</i>	<i>планиране на маркетингова стратегия</i>	
<i>използване на различни комуникационни канали</i>	<i>изпълнение на маркетинговия план</i>	
<i>прилагане на различни стратегии за преподаване</i>	<i>планиране на дигиталния маркетинг</i>	
<i>разработване на педагогическа концепция</i>	<i>обучение на възрастни</i>	
<i>използване на педагогически стратегии</i>	<i>предприемачество</i>	



<i>идентифициране на възможности / демонстриране на предприемачество</i>		
<i>идентифициране на нови бизнес възможности</i>		

V. Работна среда и условия

В тази глава се спираме на работната среда, в която Гастро-гида ще осъществява своята дейност в общия случай, като я разглеждаме в няколко различни аспекта:

➤ *Условия на труд (осветление, шум, климатизация)*

Типичните условия на работа на гастро-гида са следните:

- извършва различни дейности на закрито (в офиса, в агенцията, от дома и т.н.), както и на открито (да посещава местни хора, предприятия и общности, за да ги напътства, съветва, обучава; да организира и провежда екскурзии и туристически посещения/обиколки в региона и т.н.);
- често пътуване с различни превозни средства;
- често работи навън, понякога при неблагоприятни метеорологични условия (горещо/студено време, дъжд, сняг и др.);
- често е изправен пред предизвикателства, изискващи добро здраве и физическа форма (дълги пътувания, трудни терени, изискващи изкачване на стълби, скали, проучване на ферми/полета и др.);
- работи обикновено в отдалечени райони (селски райони, села), понякога с ограничена достъпност и т.н.

➤ *Различни работни области (работа с данни, хора и машини)*



Обикновено гастро-гидът работи в различни области и сектори, поради което се нуждае от широк спектър от компетентности. Така например той/тя трябва да:

- работи с много хора - местни жители и посетители, представители на институции, организации и други;
- събира, използва и анализира големи обеми от данни и информация;
- използва машини за изпълнение на своите задачи и др.

Това налага на гастро-гида да се сблъсква с различни рискове, които той/тя трябва да разбере и намали, като например рисковете за здравето:

- срещите и работата с много хора могат да доведат до: разпространение на болести, прояви на агресия, високи нива на стрес и др.;
- многото пътувания и използването на различни превозни средства увеличават риска от пътнотранспортни произшествия;
- използването на ИКТ за събиране, обработка и анализ на данни носи риск от нарушаване на сигурността на данните, както и други инциденти, свързани с машини, като например токов удар.

В такива или подобни случаи гастро-гидът трябва да разбира и прилага правилата и принципите за здравословни и безопасни условия на труд; уменията за общуване и разрешаване на конфликти, уменията за управление на стреса и т.н.

➤ *Възможност за индивидуална работа или работа в екип*

Работата на гастро-гида може да бъде самостоятелно организирана и извършвана индивидуално (ако е на свободна практика или независим експерт, предоставящ услуги), както и в екип с други професионалисти (сформиране на екип от експерти с различен опит за изпълнение на конкретен проект на местно ниво или работа в мрежа с други гастро-гидове) или като служител в компания (например туристическа агенция или организация за управление на дестинации, където гастро-гидът е нает да развива конкретен регион/дестинация).

Работната среда се определя от самия гастро-гид или може да се адаптира, според вида на задачите, които трябва да се изпълняват, т.е. да се работи самостоятелно при планиране, разработване на стратегии, подготовка на обучение и работа в екип - при организиране на обучение, събитие, фестивал и т.н.



➤ *Професионални заболявания и злополуки*

Както всички професионалисти, гастро-гидът не е застрахован срещу професионални заболявания или злополуки. Тъй като професионалният профил е нов, не са събрани данни за най-често срещаните заболявания или злополуки, но все пак съществуват някои рискове (както е споменато по-горе), които трябва да бъдат внимателно наблюдавани и контролирани, като например: хроничен стрес на работното място, риск от наранявания, свързани с пътувания или преминаване на трудни терени; риск от инфекции и др.

VI. Методологически подход

Целият нов професионален профил на Гастро-гид, и по-специално обучителният курс, са разработени с оглед на по-нататъшното им прилагане в международен план. За тази цел, той е разработен в единици резултати от ученето, които са един от решаващите технически компоненти за жизнеспособността на прилагането на Европейската система за трансфер на кредити в ПОО (ECVET). ECVET изисква не само квалификациите да бъдат описани по отношение на резултатите от ученето, но и резултатите от ученето да бъдат групирани в единици, които да могат да бъдат измерени и оценени. За тази цел методологията за разработване на професионалния профил следваше следните основни стъпки:

A. Определяне на очакваните резултати от ученето за профила

Първата стъпка беше **да се определят очакваните резултати от ученето в рамките на курса**. Цялото обучение в профила беше описано по отношение на резултатите от ученето, следвайки един от основните принципи за прилагане на ECVET.

За целта бяха съобразени следните принципи:

- Резултатите от ученето следва да бъдат ясно определени и описани в съответствие с обща концептуална рамка, за да се даде възможност за реципрочно разбиране на квалификацията;



- Обръщане на специално внимание на наименованието на РУ, за да се гарантира неговото разпознаване от съответните заинтересовани страни, еднаквостта му при оценяване и сертифициране;
- Фокусиране върху резултатите, които действително се изискват от бизнеса и осигуряват безпроблемното навлизане на пазара на труда, като отразяват не съдържанието на обучението, а очакваното представяне на обучаемия в реални работни ситуации;
- Гарантиране, че очакваните резултати от обучението в учебните единици могат да бъдат постигнати независимо от това къде и как са постигнати (във формално или неформално обучение, учене, работа и т.н.) в съответствие с Препоръката на Европейския парламент и на Съвета от 18 юни 2009 г. за създаване на Европейска система за кредити в професионалното образование и обучение.
- Тъй като резултатите от ученето са твърдения, които изразяват основните работни дейности/задачи, които обучаемият трябва да изпълни, за да докаже конкретна компетентност, те се изразяват в просто, кратко и обективно изложение, започващо с глагола за действие, който посочва основната работна задача, която обучаемият трябва да изпълни, спряган в продължително време.

В. Дефиниране на единици резултати от ученето (ЕРУ)

Втората стъпка беше да се **групират** резултатите от ученето в **единици** и да се определят **единиците** резултати от ученето, които съставляват курса.

За целта бяха съобразени следните принципи:

- ЕРУ са замислени като големи групи (клъстери) от РУ, които се допълват взаимно и с оглед на съгласуваността, взаимосвързаността, реципрочността и взаимозависимостта на знанията, уменията и компетентностите, свързани с всеки РУ, помежду им;
- Наименованието на резултатите от ученето е замислено така, че да бъде възможно най-кратко и да отразява значението на резултатите от ученето за



пазара на труда, като отразява глобалните резултати от ученето, които се съдържат в раздела, а не се фокусира само върху някои от тях;

- Всяка единица РУ включва всички необходими РУ (не само технически и методологически знания, умения и компетентности, но също така и нагласи и други социални, лични и трансверсални компетентности, важни за професионалния профил;
- Те са разработени по начин, който позволява завършването на един ЕРУ да става независимо от други РУ (доколкото това е възможно), което позволява на учащия да придобие квалификацията чрез натрупване на необходимите РУ, постигнати в различни държави и в различен контекст (формален и, когато е уместно, неформален и самостоятелен), като същевременно се спазва националното законодателство, свързано с натрупването на единици и признаването на резултатите от ученето;
- Те са формулирани по ясен и разбираем начин за всички заинтересовани страни (национални и регионални институции, социални партньори, представители на образователни и обучителни институции, учители, обучители, обучаеми и т.н.) и позволяват да бъдат "управляеми" за всички ключови участници;
- Те са подходящи за обучение в областта на ПОО и могат да бъдат придобити в различна среда и в различен образователен и обучителен контекст (за ученици в училища за ПОО, за възрастни учащи се, за обучение на работното място, програми за чиракуване и мобилност) и могат да бъдат оценени и валидирани самостоятелно;
- ЕРУ са описани по отношение на професионалните дейности и ключовите технически задачи за гастро-гидовете, като се гарантира, че след придобиването на всички ЕРУ завършилите ще могат да изпълняват ефективно всички работни дейности и задачи, посочени в професионалния профил.



C. Определяне на критерии за изпълнение на резултатите от ученето

След като са изброени всички ЕРУ, съставляващи профила, трябва да определим конкретни измерими твърдения, определящи резултатите, необходими за постигане на резултатите от ученето. В контекста на проекта Gastro-Guide използваме критерии за изпълнение, които определят и изясняват нивото и качеството на изпълнението, необходими за изпълнение на изискванията на резултатите от ученето. Те служат като показатели за средствата, чрез които обучаемият ще пристъпи към задоволително изпълнение на резултата от ученето.

Критериите за изпълнение определят и конкретизират нивото, което обучаемият трябва да достигне, за да демонстрира, че резултатът от ученето е усвоен и работната задача/действие може да бъде изпълнена в реална работна ситуация. Те представляват широкообхватно изложение на критерия за приемливо изпълнение и по този начин съответстват на критериите за оценяване и стандартите за оценяване, които уточняват какво трябва да бъде оценено и какво е изискваното ниво на изпълнение.

Важно е да се отбележи, че критериите за изпълнение не се разглеждат като критерии за оценка или инструменти/стандарты за оценка. Те не се отнасят до методи, инструменти или спецификации за оценка, като по този начин позволяват на различните потребители на професионалния профил (доставчиците на ПОО) да определят методите и инструментите, които са най-подходящи в даден контекст. По тази причина тези методи и инструменти се предлагат като незадължителни в професионалния профил.

D. Оценяване на единиците резултати от ученето

Оценяването е процесът на събиране на доказателства за изпълнението на критериите за изпълнение и на преценка дали е придобита компетентност. То потвърждава дали обучаемият е в състояние да изпълнява задачите си в съответствие с определените в професионалния профил критерии и стандарти за оценка.



Доказателство за критериите за изпълнение е събраната информация, която, съпоставена с изискванията на стандартите за оценяване, предоставя доказателство за компетентност. Доказателствата могат да се различават по форма и да се събират с различни методи и от различни източници. Най-общо можем да разграничим преки, косвени или допълнителни доказателства:

Преки доказателства	<ul style="list-style-type: none">- Пряко наблюдение- Устно изпитване- Демонстрация на специфични умения
Косвени доказателства	<ul style="list-style-type: none">- Оценка на качествата на крайния продукт- Преглед на предишна работа- Писмени тестове за проверка на основните знания
Допълнителни доказателства	<ul style="list-style-type: none">- Доклади от ръководители- Работен дневник или журнал- Примери за доклади или работни документи

Съществуват също така различни възможни методи за оценяване, измежду които оценителят може да избира в зависимост от спецификата на критериите за изпълнение, за които търси доказателства. Ето няколко примера:

Наблюдение - Реални работни дейности на работното място (практическо наблюдение на стажанта в работна среда)

Преглед на продукти - Работни образци/продукти

Задаване на въпроси - Формуляр за самооценка, интервю, писмен въпросник

Портфолио – Референции, работни образци/продукти, досие за обучения, досие за оценка, дневник/работен дневник/регистър, информация за житейския опит

Обратна връзка от трети страни - Интервю с работодател, ръководител, колеги или документация от тях.



Структурирани дейности – Проект, презентация, демонстрация, прогресивни задачи, симулационни упражнения като ролеви игри

Инструментите за оценка се подбират, въз основа на избрания метод за оценка и представляват документ/материал, съдържащ както инструментите, така и указанията/инструкциите, необходими за събирането и тълкуването на доказателствата.

Както посочихме по-горе, подробните методи, инструменти или критерии за оценка трябва да бъдат определени от доставчиците на обучение. Тук, в професионалния профил, даваме само основни насоки за възможните инструменти за оценка, които при реалното прилагане на курса оценителят би могъл да използва или модифицира в зависимост от спецификата на дадения контекст.

Ето защо, въз основа на приетата учебна програма за обучение на гастро-гидове, с партньорите по проекта разработихме набор от критерии за представяне, описващи „отличния“ обучаем, който завършва обучението за гастро-гид (този, който е постигнал максималната възможна степен на съответствие между желани и постигнати резултати от ученето). Те отразяват максималното ниво на постижения на обучаемия в курса, в съответствие с предвидените резултати от ученето за всеки модул на обучението.

По този начин „отличният обучаем след завършване на курса за "Гастро-гид" ще демонстрира:

- по-задълбочени познания и разбиране на основите на туризма и хотелиерството, включително: способност за дефиниране и класифициране на туризма, дестинациите и атракциите за посетителите; разбиране на концепцията за туристическо търсене и предлагане; дефиниране и обяснение на туристическия продукт за настаняване и хотелиерските услуги; дефиниране и класифициране на селския туризъм и обяснение на въздействието на туризма в селските райони; обяснение как гастрономическият туризъм, хранителният туризъм, кулинарният туризъм, устойчивият туризъм, агротуризмът отговарят на мотивацията на



- различните видове посетители и обяснение на съвременните форми на гастрономическия туризъм и неговите бъдещи перспективи (M1);
- по-задълбочени познания и разбиране на идентичността и контекста на гастрономическия туризъм, включително: способност за разпознаване и обяснение на гастрономическата култура и разбиране на движещите сили на гастро-туристите; способност за извършване на SWOT анализ и прилагането му към местната гастрономия; способност за разработване на стратегически план за развитие и прилагането му към местната гастрономия (M2);
 - по-задълбочени познания и разбиране на предприемаческия процес в агрохранителния туризъм, включително: способност за насочване на предприемаческите действия за оптимизиране на въздействието на бизнес практиките върху околната среда, културата, местното развитие и политиките за живот в селските райони; способност за анализиране на стратегиите на местните предприемачи от предприемаческа гледна точка; способност за обясняване/преподаване на план за изпълнение на иновативна идея в агрохранителния туризъм; способност за предвиждане на бъдещо състояние и разработване на стратегии, цели, задачи и планове за действие за постигането им (M3);
 - по-задълбочени познания за това как да се използват презентационните и комуникационните умения за популяризиране на мястото, включително: разработване на маркетингови стратегии и проекти за остойностяване на хранително-вкусовите вериги; създаване на комуникация, чрез развиване на умения за засилване на измерението на преживяванията като привлекателен фактор, чрез който посетителят на мястото може да се почувства въввлечен в пътя на познанието за реалността и територията (M4);
 - по-задълбочено разбиране на коучинга и менторството като концепции и прилагане на различни техники, в подкрепа на местните жители (M5).

След това, с партньорите по проекта Gastro-Guide разработихме **набор от изпитни материали** под формата на **тестове с множество отговори (затворени тестове)** за всеки **модул от обучението**, които определят профила на „отличния“ обучаем в курса за гастро-гид. Те са съобразени с



единиците резултати от ученето, приети за всеки учебен модул, и същевременно отговарят на изискванията, заложи в критериите за изпълнение по-горе. Успехът на обучаемите при решаването на тези тестове, ще определи нивото на техните постижения. Съответно, ако всички отговори са верни, учащият се представя отлично и напълно покрива професионалния профил за гастро-гид. По-ниските резултати (повече грешни отговори) ще означават, съответно, понижаване на оценката и по-слабо представяне, което дава индикации, че има още какво да се научи, за да се покрият напълно предвидените резултати от ученето, съответно - да се покрие професионалният профил на гастро-гида.

Партньорите по проекта не предлагат конкретна скала за определяне на резултатите от разработените тестове (напр. в цифров израз), тъй като тя трябва да бъде адаптирана към съществуващата скала за оценяване в страната на всеки партньор (в случая в България, в системата на формалното ПОО е приета шестобалната система на оценяване, и всички видове поставяни оценки следва да се приравняват към нея). Освен това, в учебната програма са предложени и други различни инструменти за оценка, които също могат да се използват и комбинират с така разработените тестове, при формирането на крайната оценка на обучаемия в курса за гастро-гид.

Следователно, разполагайки с тестовете като рамка (или като максимално ниво на успеваемост, измервано в края на всеки модул), доставчиците на курсове могат да решат да променят стратегията за оценяване, така че тя да отговаря на техния специфичен контекст и изисквания.

Тестовете са представени в отделно приложение към настоящия профил - **Приложение 1.**



VII. Възможности за работа

<u>ПРОФЕСИОНАЛЕН ПРОФИЛ</u>	
ДЪРЖАВА	<p>Профилът на гастро-гида е разработен в рамките на проект Gastro-Guide за териториите на България / Гърция / Италия / Литва / Полша / Испания</p> <p><i>(Евентуално разширяване в обхвата на ЕС и извън него би било възможно, след предварително проучване на нормативната рамка и изисквания за конкретната държава)</i></p>
НАИМЕНОВАНИЕ НА СПЕЦИАЛНОСТТА/ ДЛЪЖНОСТТА	Гастро-гид
СЕКТОР/ПРОФЕСИЯ	Туризм / Гостоприемство / Туристически водач (екскурзовод)
КОМПАНИЯ	<p>Всички туристически агенции или туристически дружества могат да наемат (или участват в други форми на заетост или сътрудничество с) туристически гидове.</p> <p>Гастро-гидовете могат да бъдат наети от такава компания или организация, която предлага туристически услуги.</p> <p>Друг много възможен вариант е гастро-гидовете да бъдат самостоятелно заети експерти и специалисти, които управляват свои собствени малки предприятия или предоставят услугите си по споразумение/договор с трети страни.</p>
ОТДЕЛ	НП
ЦЕЛ НА ДЛЪЖНОСТТА (кратко описание)	Гастро-гидът отговаря за планирането и подбора на редица туристически атракции (места, събития и др.), за да създаде и/или ръководи обиколка, представяща на посетителите интересни местни забележителности и типични характеристики в областта на гастро- и агротуризма.



	<p>Идентифицира и прилага маркетингови и промоционални инструменти и механизми за популяризиране на региона и неговите атракции, чрез повишаване на осведомеността и предлагане на организирани посещения и туристически преживявания. Като разбира напълно нуждите на туристите/посетителите, той е в състояние да предложи подходящи туристически програми, за да представи региона по най-добрия възможен начин, да подобри максимално преживяването на туристите и да осигури подкрепа и съдействие на гостите.</p> <p>Втората основна отговорност на гастро-гида е да подпомага местния бизнес, производителите, както и общността, живееща в селски район, в превръщането на техния поминък в източник на доходи (бизнес).</p>
<p>ОТЧИТА СЕ ПРЕД ("възходящи" връзки)</p>	<p>Гастро-гидът се отчита пред работодателя (ако има такъв), когато е нает на трудов договор или като външен експерт/специалист. Когато гастро-гидът е самостоятелно заето лице, не е необходимо да се отчита пред никого.</p>
<p>УПРАВЛЯВА ("низходящи" връзки/обхват на контрол)</p>	<p>Гастро-гидът може да ръководи асистенти/помощници/чираци, ако са наети в същата компания/организация, но най-вече като наставник и обучител, а след това като пряк ръководител.</p> <p>Когато гастро-гидът е собственик/управител (малък бизнес), той ръководи собствения си персонал.</p>
<p>СВЪРЗАН С (хоризонтални връзки)</p>	<p>Гастро-гидът е относително независим в работата си, но същевременно изгражда и поддържа (работни/делови) връзки с много различни професионалисти от други сфери на дейност. В този смисъл, гастро-гидът е свързан с местния бизнес и жителите, туристическите агенти и организаторите на туристически дейности и др.</p>
<p>КЛЮЧОВИ</p>	<p>Дейностите обикновено включват:</p>



ОТГОВОРНОСТИ

(основни дейности)

- организиране и/или предоставяне на образование и/или обучение на местните хора и МСП по отношение на: създаване или разширяване на малък бизнес, насочен към гастрономията и/или селския туризъм; опазване на растения/храни, които са типични за региона; насърчаване на използването на местни хранителни продукти в ресторантите, за да се запази качеството на местната кухня; рехабилитация на стари къщи и предлагане на места за настаняване на гости, за да се увеличат приходите им и да се създаде туристическа инфраструктура в селото; насърчаване на творчеството и проучване на културните ресурси за привличане на посетители в мястото, например занаяти, сувенири и др;
- подкрепяне на местните жители чрез лични/групови напътствия, менторство или коучинг в техните бизнес дейности и по въпроси, свързани с гастрономическия и селския туризъм в региона;
- управление на туристическата марка на мястото и популяризиране на агротуризма, местните продукти и услуги;
- поддръжка на комуникация и сътрудничество с регионалните и местни власти и други институции;
- работа за изграждането и насърчаването на местните общности като двигател на социално-икономическия живот на мястото;
- създаване и/или поддръжка на онлайн представянето на мястото чрез: поддържане на уебсайт/блог за местната култура, включително продукти/услуги, гастрономия на селския район/регион, традиции, занаяти и др;
- работа като местен туристически гид на мястото, специализиран в гастро- и/или селски туризъм, като:



разработва и популяризира туристически и развлекателни оферти за различни групи потребители; организира различни събития, фестивали, концерти, състезания, ритуали и т.н.; организира кулинарни, занаятчийски и други семинари и работилници; организира конференции, семинари и обучения като част от добрите практики;

- други дейности, изисквани от спецификата на мястото и/или контекста, в който работи гастро-гидът.

КЛЮЧОВИ УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ

(технически/специфични и за дадена област умения и меки умения, придобити във формален, неформален и неофициален контекст)

Технически/специфични за областта умения и компетенции

- Умение за определяне на туристически дестинации и атракции за посетители
- Способност за разбиране на проблемите на туристическото търсене и предлагане
- Способност за разбиране на оперативните въпроси в бизнеса в сферата на гостоприемството и неговото разнообразие
- Способност за дефиниране на селския туризъм и разбиране на изискванията към съоръженията и услугите в селския туризъм
- Умение да дефинира гастрономическия туризъм, неговите форми и агротуризма
- Умение за определяне на устойчивостта в гастрономическия туризъм
- Способност да разпознава какво е гастрономическа култура, да знае как да я определя и да изброява нейните раздели
- Умение за извършване на SWOT анализ и прилагането му към местната гастрономия.
- Умение за разработване на стратегически план за развитие и прилагането му към местната гастрономия
- Умение да изследва предприемаческия процес в



областта на хранително-вкусовата промишленост, при разработването на съвместни проекти;

- Способност за разбиране и ръководене на предприемачески действия, както и на въздействието на бизнес практиките върху околната среда, културата, местното развитие и политиките за живот в селските райони
- Умение да анализира стратегиите на местните предприемачи от гледна точка на предприемачеството на теория и практика
- Способност да прилага методологически подходи за обяснение/преподаване на план за изпълнение на иновативна идея с основна тема агро- и гастро туризъм
- Способност за предвиждане на бъдещо състояние и разработване на стратегии, цели, задачи и планове за действие за постигането му
- Умение за разработване на маркетингови стратегии и проекти за остойностяване на агрохранителните вериги
- Способност за засилване на измерението на преживяванията като атрактивен фактор, при който посетителят на мястото може да се почувства въввлечен в опознаване на реалността и територията
- Способност за разбиране на разликата и процесите на коучинг и менторство и прилагане на двете техники при необходимост.

Меки умения:

- Умения за комуникация и сътрудничество
- Организационни умения
- Предприемаческо мислене
- Умения за учене и самоуправление



	<ul style="list-style-type: none"> ● Критично мислене ● Умения за разрешаване на проблеми ● Етична и социална отговорност ● Умения за работа с ИКТ
<p>НЕОБХОДИМ ОПИТ (години, прекарани на тази длъжност)</p>	<p>Тъй като този професионален профил е съвсем нов, няма да има официално изискване лицето да има опит като гастро-гид. Следователно всеки опит в областта на екскурзоводството може да се счита за предимство, както и друг подходящ опит в работата в селски район, преподаването/наставничеството в областта на гастро- и агротуризма, предоставянето на подкрепа на МСП и местния бизнес и т.н.</p>
<p>ИЗИСКВАНО ОБРАЗОВАНИЕ/ ОБУЧЕНИЕ/ КВАЛИФИКАЦИЯ</p>	<p>В съответствие с разнообразния профил на гастро-гида: като местен експерт и гид в областта на гастро- и агротуризма, като промоутър на региона и като наставник и ментор на местните жители, като изискване може да се постави голямо разнообразие от области на образование/квалификация (или комбинация от тях). Последните ще зависят от конкретните задачи, които ще бъдат възложени на гастро-гида, когато бъде нает.</p> <p>Следователно, като цяло, съответното образование /квалификация в областта на туризма/маркетинга/бизнеса и т.н. на ниво 3 от ЕКР следва да се счита за минимално за кандидатстване за длъжността</p>
<p>ЕКР НИВО (или други европейски стандарти)</p>	<p>ЕКР 3</p>
<p>НАЦИОНАЛНО НИВО НА КВАЛИФИКАЦИЯ</p>	<p>В съответствие националните законодателства на страните партньори</p> <p>За България: НКР 3</p>
<p>ДРУГИ ИЗИСКВАНИЯ</p>	<p>Честност, полезност, отговорност. Добро психическо и</p>



физическо здраве (издръжливост, координация, ловкост, внимание, концентрация, владеене на езици и др.).

Чуждият език (обикновено английски) също се счита за основно предимство, което позволява на гастро-гида да води и групи от чуждестранни туристи.



VIII. Учебен план с резултати от ученето и оценяване

Заглавие на модула:		Връзка на резултатите от ученето с ЕКР:	
1. ОСНОВИ НА ТУРИЗМА И ХОТЕЛИЕРСТВОТО		ЕКР Ниво 3	
		Предложени методи и инструменти за оценка	Относително тегло на модула от целия учебен план (%)
Резултат от ученето 1	<i>Определяне и класифициране на туризма, дестинациите и атракциите за посетители</i>	<i>Инструмент 1 - Въпросници за самооценка.</i>	20 %
<i>Знания</i>	1. Познаване на видовете туризъм. 2. Знания за определяне на туристическите дестинации и как една дестинация може да привлече туристи.	<i>Инструмент 2 - Презентация по избраната тема (теми)</i>	
<i>Умения</i>	1. Умение за дефиниране и класифициране на туризма 2. Умение за определяне на атракциите за посетители	<i>Инструмент 3 - Проучване по избраната тема (теми)</i>	
<i>Компетенции</i>	1. Познаване на дестинацията 2. Познаване на туристическите атракции	<i>Инструмент 4 - Писмено задание (задача) по</i>	



Резултат от ученето 2	<i>Обясняване на концепцията за туристическо търсене и предлагане</i>	<i>избрана(и) тема(и)</i>
<i>Знания</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Познаване на видовете туристи и техните мотивационни фактори 2. Познаване компонентите на туристическото предлагане 3. Знания как отделните предприятия подхождат към предлагането 4. Познаване значението на веригата на туристическото предлагане за разбирането на начина, по който туристическите предприятия задоволяват търсенето 5. Познаване взаимовръзките между различните елементи на туризма 	<p><i>Инструмент 5 - Оценка по критерии</i></p> <p><i>Инструмент 6 - Проверка на знанията</i></p>
<i>Умения</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разбиране на проблемите на туристическото търсене и предлагане. 	
<i>Компетенции</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разбиране на туристическото търсене и предлагане и как те се влияят от различни фактори 	
Резултат от ученето 3	<i>Определене и описване на продукта туристическо настаняване и хотелиерски услуги</i>	
<i>Знания</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Познаване на разнообразието от услуги в областта на настаняването и хотелиерството. 2. Разбиране на оперативните проблеми в бизнеса с настаняване. 	



Умения	<ol style="list-style-type: none">1. Умение за дефиниране и класифициране на продукти за настаняване и хотелиерски услуги2. Умение за дефиниране на редица оперативни проблеми, засягащи сектора на настаняването
Компетенции	<ol style="list-style-type: none">1. Познаване на продукти за настаняване и хотелиерски услуги
Резултат от ученето 4	<i>Определяне и класифициране на селския туризъм, обяснение на въздействието на туризма в селските райони</i>
Знания	<ol style="list-style-type: none">1. Познаване на видовете селски туризъм и разнообразието от атракции, включени в селския туризъм2. Познаване на начините, по които селските райони отговарят на различните желания на посетителите3. Разбиране на изискванията към съоръженията и услугите в селския туризъм4. Познаване на аспектите на устойчивото развитие в туризма
Умения	<ol style="list-style-type: none">1. Умение за дефиниране на селския туризъм.2. Способност за дефиниране на промените в търсенето на съоръжения и услуги в селските райони.



	3. Способност за анализиране на възможностите в селския район
<i>Компетенци</i>	1. Информираност за устойчивия селски туризъм 2. Критично мислене
Резултат от ученето 5	<i>Обяснение как гастрономическият туризъм, кулинарният туризъм, устойчивият туризъм, агротуризмът отговарят на мотивацията на различните видове посетители.</i>
<i>Знания</i>	1. Познаване на формите на гастрономическия туризъм 2. Познаване на разликите между гастрономически туризъм, туризъм на храната, кулинарен туризъм, устойчив туризъм и агротуризм 3. Познаване на дестинациите и гастрономическите ценности
<i>Умения</i>	1. Умение за дефиниране на гастрономически туризъм и агротуризм. 2. Умение за дефиниране на устойчивостта в гастрономическия туризъм. 3. Умение за разпознаване на поведението на гастрономическия турист
<i>Компетенци</i>	1. Осъзнаване на начина, по който гастрономическият туризъм,



	туризмът на храната, кулинарният туризъм, устойчивият туризъм, агротуризмът отговарят на мотивацията на различните видове посетители		
Резултат от ученето 6	<i>Обяснение на съвременните форми на гастрономическия туризъм и неговите бъдещи перспективи.</i>		
<i>Знания</i>	1. Познаване на съвременните форми на гастрономически туризъм.		
<i>Умения</i>	1. Умения за дефиниране на съвременните форми на гастрономически туризъм и неговите бъдещи перспективи.		
<i>Компетенции</i>	1. Познаване на съвременните форми на гастрономическия туризъм и неговите бъдещи перспективи		

Заглавие на модула:		Връзка на резултатите от ученето с ЕКР:	
2. ИДЕНТИЧНОСТ И КОНТЕКСТ НА ГАСТРОНОМИЧЕСКИЯ ТУРИЗЪМ		ЕКР Ниво 3	
		Предложени методи и инструменти за оценка	Относително тегло на модула от целия



			учебен план (%)
Резултат от ученето 1	<i>Разбиране на гастрономическата култура и използването ѝ за насърчаване на гастрономическата култура в селските райони</i>	<i>Инструмент 1 - Тест с избираеми отговори</i>	20 %
<i>Знания</i>	Знае какво е гастрономическа култура и може да изброи нейните раздели.	<i>Инструмент 2 - Представяне на туристически забележителност и в местен район</i>	
<i>Умения</i>	Умее да дефинира културата и нейните компоненти, за да може да популяризира гастрономическата култура в селските райони.		
<i>Компетенци</i>	Прилага разбирането за гастрономическата култура с оглед насърчаването ѝ в селските райони		
Резултат от ученето 2	<i>Извършване на SWOT анализ и прилагането му към местната гастрономия.</i>		
<i>Знания</i>	Знае какво е SWOT и как се прави SWOT анализ		
<i>Умения</i>	Прилагане на знанията за изготвяне на SWOT към гастрономията.		
<i>Компетенци</i>	Способност за изготвяне на SWOT в гастрономическия туризъм		
Резултат от ученето 3	<i>Разбиране на значението на стратегическия план за развитие, умение да го представя и да разбира</i>		



	<i>всички негови части.</i>		
<i>Знания</i>	<i>Знае какво представлява планът за стратегическо развитие и изброява неговите части.</i>		
<i>Умения</i>	<i>Умее да прилага знанията и да създава стратегически план за развитие.</i>		
Резултат от ученето 4	<i>Научете как да изготвяте стратегически план за развитие и как да го прилагате към местната гастрономия.</i>		
<i>Знания</i>	<i>Познава понятието "Стратегически план за развитие на гастрономическия туризъм".</i>		
<i>Умения</i>	<i>Способност за създаване на стратегически план за развитие на гастрономическия туризъм</i>		

Заглавие на модула:		Връзка на резултатите от ученето с ЕКР:	
3. ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И УСТОЙЧИВИ ИНОВАЦИИ В АГРО- И ГАСТРОТУРИЗМА		ЕКР Ниво 3	
		Предложени методи и инструменти за оценка	Относително натоварване на модула от цялата



			учебна програма (%)
Резултат от ученето 1	<i>Изследване на предприемаческия процес в сферата на хранително-вкусовата промишленост, разработването на колективни проекти, разбирането на предприемаческите действия, въздействието на бизнес практиките върху околната среда, културата, местното развитие и политиките за живот в селските райони.</i>	<i>Инструмент 1 - Разработване и събиране на данни за обучението на учениците въз основа на въпроси, поставени в курсовите задачи. Тези въпроси трябва да се използват за оценяване на резултатите на учениците, които да се измерват с тестове, изследователски доклади и реферати по време на периода на обучение</i>	20 %
Знания	1. Познава принципите на агро- и гастротуризма 2. Знае как да даде възможност на членовете на общността да се научат да работят професионално като предприемачи. 3. Знае как да даде възможност за достъп до бизнес потребности и съвети.	<i>Инструмент 2 - Тест в края на темата</i>	
Умения	1. Умения за справяне с проблеми и предизвикателства в реални условия. 2. Умения за адаптивност и гъвкавост по въпроси, свързани с агро- и гастротуризма.	<i>Инструмент 3 -</i>	
Компетенции и	1. Способност да се възползвате от нововъзникващите бизнес идеи.		



	<p>2. Способност да се адаптира бизнес моделът на всеки регион към нуждите на съвременната епоха.</p>	<p><i>Представяне в клас и дискусии/оценка на добрите практики</i></p>
<p>Резултат от ученето 2</p>	<p><i>Анализиране и разбиране на стратегиите на местните предприемачи, от гледна точка на предприемачеството в теорията и практиката.</i></p>	<p><i>Инструмент 4 - Демонстрация от страна на екипа чрез симулация на добрата практика</i></p>
<p><i>Знания</i></p>	<p>1. Познава основните принципи на предприемачеството</p> <p>2. Познава бизнес средата и разнообразието, което тя представлява по региони.</p> <p>3. Познава необходимото адаптиране на теорията към добрите практики и прилагането на идеите във връзка с решаването на проблеми и потребности.</p>	
<p><i>Умения</i></p>	<p>1. Умения, свързани с предприемачеството, и стратегия, следвана за постигане на оптимална ефективност.</p> <p>2. Умения чрез обучение - практика за запознаване на младите хора с бизнес сектора на тяхната страна и активното им участие в обществото.</p>	
<p><i>Компетенци и</i></p>	<p>1. Разпознаване на бизнес средата в района и разбирането и поставянето ѝ в реална среда.</p> <p>2. Формиране на ежедневната форма на местното предприемачество и</p>	



	способност за създаване и развитие на неговата бъдеща динамика и перспектива.		
Резултат от ученето 3	<i>Използване на методически подходи за обясняване/преподаване на план за изпълнение на иновативна идея с основна тема в областта на агро- и гастротуризма и способност за предвиждане на бъдещо състояние и разработване на стратегии, цели, задачи и планове за действие за постигането му</i>		
Знания	<ol style="list-style-type: none">1. Знае как да насърчава и предоставя образователни програми и обучение на членове на общността със специален фокус върху малкия бизнес в областта на кулинарията и селския туризъм.2. Знае как да разработва и рекламира предложения, свързани с отдиха и туризма, за различни групи получатели		
Умения	<ol style="list-style-type: none">1. Умения за ръководене на предприемачески дейности и разбиране на въздействието на фирмените практики върху околната среда, културата, местното развитие и политиките за живот в селските райони.2. Умения за създаване на маркетингови планове и проекти за		



	увеличаване на стойността на хранително-вкусовите вериги.		
Компетенци и	<p>1. Създаване и развитие на бъдещата динамика и перспективи на местното предприемачество.</p> <p>2. Използване на методически подходи за преподаване на стратегия за прилагане на иновативно предложение за агро-гастро туризъм.</p> <p>3. Разработване на стратегии, цели, задачи и планове за действие за постигане на желаното бъдещо състояние.</p>		

Заглавие на модула:		Връзка на резултатите от ученето с ЕКР:	
4. ПРЕЗЕНТАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ УМЕНИЯ		ЕКР Ниво 3	
		Предложени методи и инструменти за оценка	Относително тегло на модула от цялата учебна програма (%)
Резултат от ученето 1	<i>Разработване на маркетингови стратегии и проекти за остойносттаване на агрохранителните вериги</i>	<i>Инструмент 1 - Работа по проект. Изготвяне на</i>	20 %



<p><i>Знания</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.Познава различните видове и техники за комуникация 2.Познава основните принципи на маркетинга 3.Познава маркетинговия комуникационен микс 4.Познава принципите за изграждане на комуникационна стратегия 	<p><i>маркетингов план за агрохранителен продукт;</i></p> <p><i>Представяне на работата по проекта, обсъждане и</i></p>	
<p><i>Умения</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прилагане на ефективни средства за комуникация и комуникационни технологии 2. Прилагане на професионалната терминология в областта на туризма, хотелиерството и хранително-вкусовата промишленост 3. Прилагане на различни техники за представяне 4. Прилагане на различни техники за популяризиране на продукт, верига, територия, като се използват традиционни и нови медии 	<p><i>оценка</i></p> <p><i>Инструмент 2 - Работа по проект.</i></p> <p><i>Провеждане на презентация с използване на комуникационни техники и инструменти;</i></p> <p><i>Демонстрация от екипа чрез симулация, обсъждане и</i></p> <p><i>оценка</i></p>	
<p><i>Компетенци и</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Умее да общува с посетителите без усилие и по професионален начин в мултикултурна среда, като използва разнообразни комуникационни инструменти, технологии и стратегии. 2. Умее да оптимизира дейностите по популяризиране от техническа, правна и икономическа гледна точка, като прилага маркетингови и 	<p><i>Инструмент 3 - Тест със затворени отговори</i></p>	



	комуникационни стратегии.		
Резултат от ученето 2	<i>Установяване на комуникация чрез развиване на умения за засилване на измерението на преживяванията като привлекателен фактор, чрез който клиентът може да се почувства въвлечен в пътя на познанието за реалността и територията.</i>		
Знания	<ul style="list-style-type: none">- Фотография със смартфон- Функции на <i>Instagram</i>- Формати за снимки, видеоклипове и истории в <i>Instagram</i>- Последователи и общности в <i>Instagram</i>- Какво, колко и кога да споделяте в <i>Instagram</i>- Най-добри международни практики при използването на <i>Instagram</i> за бизнеса, туризма и хотелиерството- Мобилният фотограф като посланик на вашата територия		
Умения	<ol style="list-style-type: none">1. Прилагане на техники за привличане на обществеността чрез стимулиране на колективния разказ за територията/продукта - разказване на истории2. Използване на визуалната		



	<i>комуникация и визуалния разказ в маркетинга</i>		
<i>Компетенци и</i>	<i>Умее да използва социалните канали и интернет в маркетинговите стратегии</i>		

Заглавие на модула:		Връзка на резултатите от ученето с ЕКР:	
5. ТЕХНИКИ ЗА КОУЧИНГ И МЕНТОРСТВО		ЕКР Ниво 3	
		Предложени методи и инструменти за оценка	Относително тегло на модула от цялата учебна програма (%)
Резултат от ученето 1	<i>Разбиране на процеса на коучинг/менторство. Разбиране на разликата между коучинг и менторство.</i>	<i>Инструмент 1 - Писмен/устен тест</i> <i>Инструмент 2 - Представяне и оценяване онлайн</i> <i>Инструмент 3 - Попълване на въпросници</i> <i>Инструмент 4 - Упражнения за самообучение.</i>	20 %
Знания	Да знаете определението за коучинг; Да знаете определението за менторство; Да знаете как да предоставяте коучинг/менторски услуги. Да познава етапите на менторството/коучинга.		
Умения	Активно слушане; Увереност и самоувереност;		



	Да е мотивиран да продължи да се развива и да расте; Предоставяне на обратна връзка.		
<i>Компетенции</i>	Умение за избор на правилния метод за обучение на гастро-гидове. Управление на отношенията с клиенти.		
Резултат от ученето 2	<i>Придобиване на педагогически, организационни и управленчески умения</i>		
<i>Знания</i>	Да знае как да разработва услуги за коучинг/менторинг. Да познават етапите на менторството/коучинга		
<i>Умения</i>	Педагогически умения ИКТ и медийни умения Умения за организация и управление		
<i>Компетенции</i>	Обяснява своята роля по отношение на наставлявания; Описва собствения си процес и стил на менторство/коучинг на наставляваното лице, така че наставляваното лице да има възможност да вземе информирано решение относно менторството/коучинга		
Резултат от ученето 3	<i>Разбиране на ползите от двата процеса: коучинг и менторство</i>		



<i>Знания</i>	<i>Да знаят как да насърчават другите.</i>		
<i>Умения</i>	<i>Комуникация; Емпатия; Да помогнете на някого да израсне.</i>		
<i>Компетенции</i>	<i>Способност за споделяне на собствените знания и опит; Способност да се учи от другите. Способност за изграждане на отношения на ангажираност и доверие.</i>		
Резултат от ученето 4	<i>Разбиране на споразумението между наставляваното лице и треньора/ментора</i>		
<i>Знания</i>	<i>Да умее да разбира нуждите на клиента</i>		
<i>Умения</i>	<i>Поставяне на цели; Определяне на приоритети; Изграждане на връзка.</i>		
<i>Компетенции</i>	<i>Способност за установяване на правилата за сътрудничество.</i>		
Резултат от ученето 5	<i>Знания за оценка на сътрудничеството</i>		
<i>Знания</i>	<i>Да знае как да оценява процеса на учене/ориентиране</i>		
<i>Умения</i>	<i>Изслушване и наблюдение; Определяне на целите;; Мотивация;</i>		



	<i>Управление на конфликти.</i>		
<i>Компетенции</i>	<i>Способност за оценка на процеса на менорство/коучинг</i>		



БИБЛИОГРАФИЯ

- Препоръка на Съвета от 22 май 2017 година относно Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот и за отмяна на препоръката на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. за създаване на Европейска квалификационна рамка за обучение през целия живот
- Publications Office of the European Union (2017). Defining, writing and applying learning outcomes, A European handbook. Luxembourg.
- Препоръка на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 година за създаване на Европейска квалификационна рамка за обучение през целия живот
- Препоръка на Европейския парламент и на Съвета от 18 юни 2009 година за създаване на Европейска система за кредити в професионалното образование и обучение (ECVET).
- Препоръка на Съвета от 22 май 2017 година относно Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот и за отмяна на препоръката на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. за създаване на Европейска квалификационна рамка за обучение през целия живот.
- <https://www.cedefop.europa.eu/bg/themes/learning-outcomes>
- CEDEFOP, 2022. Defining and writing learning outcomes for vocational education and training - A European handbook, Второ издание. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2022



ПРИЛОЖЕНИЕ 1:

Партньорите по проекта Gastro-Guide разработиха набор от изпитни материали, под формата на тест с избираем отговор, от които 10 въпроса са задължителни, а 20 - допълнителни.

Задължителна оценка за модул 1: ОСНОВИ НА ТУРИЗМА И ХОТЕЛИЕРСТВОТО.

Какви са дейностите на хората, които пътуват и отсядат на място далеч от дома за отдых, бизнес или други цели? (1.1)	
X	Туризм
	Управление на туризма
	Нито един от отговорите не е правилен

Какво е всяко лице, което посещава страна, различна от тази, в която той/тя обикновено пребивава, за период от поне 24 часа? (1.1)	
	Екскурзионист
X	Чуждестранен турист
	Посетител

Вярно ли е, че туристическата атракция е наименуван обект със специфична човешка или природна характеристика, който е във фокуса на вниманието на посетителите и ръководството? (1.3)	
X	Да
	Не

Какъв тип туристи са туристите, които отдават много малко значение на почивката? (1.4)	
	Бюджетни туристи
X	Авантюристи
	Нито един от отговорите не е правилен

Вярно ли е, че транспортните услуги, хранителните услуги, услугите по настаняване, услугите в атракционните места са регулаторни компоненти на туристическото предлагане? (1,5)	
	Да
X	Не

Вярно ли е, че сезонността е, когато търсенето на стаи е разпределено през сезоните, и по-конкретно - според седмиците и дните? (2.4)	
	Да
X	Не



Какво е настаняване, което обхваща голямо разнообразие от места за настаняване като: самостоятелни къщи с възможност за самостоятелно приготвяне на храна, вили, апартаменти, добре проектирани и просторни дървени колиби или всякакъв вид настаняване, където посетителят се обслужва сам? (3.3)

	Настаняване на база нощувка и закуска
X	Самостоятелно настаняване
	Нито един от отговорите не е правилен

Вярно ли е, че за да бъде туризмът устойчив, той трябва да защитава местната култура, да подобрява социалното и индивидуалното благосъстояние и да опазва околната среда? (4.3)

X	Да
	Не

Какви са категориите гастрономическа мотивация? (4.4)

	Физически мотиватори и културни мотиватори
	Междудличностни мотиватори, мотиватори за статус и престиж
X	Всички горепосочени отговори са верни

Вярно ли е, че мисо, темпе, кефир, бира, кисело мляко са храни и напитки, съдържащи CBD? (4.6)

	Да
X	Не

Допълнителна оценка за модул 1: ОСНОВИ НА ТУРИЗМА И ХОТЕЛИЕРСТВОТО

Какво е туризъм, който включва индивидуално организирани обиколки за намиране на информация от първа ръка за място, местна култура и среда? (1.1)

	Масов туризъм
X	Алтернативен туризъм
	Нито един от отговорите не е правилен

Каква е физическата или културна характеристика на дадено място, която може да задоволи нуждите на туристите, свързани с отдих? (1.1)

X	Атракция
	Културно наследство
	Тъмен туризъм ("Dark" tourism)
	Дестинация

Как се нарича възможността да стигнете до местоназначението, като изберете един или няколко вида транспорт? (1.2)

	Настаняване
	Атракция
	Дейности
	Удобства
X	Достъпност



Какъв е типът туристическа дестинация, където туристите прекарват по-голямата част от времето си на случайни екскурзии до близки атракционни места? (1.2)

	Центрирана дестинация
	Мултицентрова дестинация
X	Базова дестинация
	Туристическа дестинация
	Транзитна дестинация

Защо атракциите за посетители са важни? (1.3)

	Те привличат посетители от чужбина
	Те стимулират вътрешния туризъм
	Принос към местната и националната икономика
X	Всички горепосочени отговори са верни

Какъв тип са туристите, които искат да почиват заради удоволствието? (1.4)

X	Присъщи туристи
	Неприсъщи туристи
	Нито един от отговорите не е правилен

Как обозначаваме съвкупността от хора, които пътуват или желаят да пътуват, за да ползват туристическите обекти извън местоработата и местоживеенето си? (1.4)

X	Туристическо търсене
	Туристическо предлагане
	Нито един от отговорите не е правилен

Вярно ли е, че присъщите фактори на мотивацията са нагласите на туриста, възприятието на туриста, ценностите или вярванията, личността на туриста? (1.4)

X	Да
	Не

Какъв е бизнесът с продажбата на хотелиерски и туристически продукти? (1.5)

	Тур оператори
X	Туристически агенти
	Нито един от отговорите не е правилен

Вярно ли е, че туристическото предлагане на дадена индустрия се извлича чрез сумиране на стойността на туристическите продукти, продадени от туристическата индустрия на туристите. Вземат се предвид услугите за настаняване, храна, транспорт и други продажби на дребно? (1.5)

X	Да
	Не

Какви са характеристиките на туристическото настаняване? (2.3)

	Сезонност, заетост, местоположение
	Различни системи за класификация, свойства, високи фиксирани разходи, регулаторни кодекси и закони
X	Всички горепосочени отговори са верни



Вярно ли е, че бутиковите хотели са нова категория имоти в хотелиерския сектор, които са описани като градски къщи или малки стилни имоти, които често са обзаведени в тематичен, индивидуален стил и се фокусират върху предоставянето на гостите на високо качество, персонализирани преживявания? (2.4)

X	Да
	Не

Какво е туризъм, който се отнася до пътуване в свободното време, което има за основна цел да изживее места и дейности, които представят миналото? (3.1)

X	Туризм на културното наследство
	Природен туризъм/екотуризм
	Агротуризм

Какъв е туризма, когато туристите оценяват храната като част от основното преживяване, но акцентът не е върху храната? (4.1)

	Гурме туризъм (или гастрономически туризъм)
X	Кулинарен туризъм
	Селски/градски туризъм

Какви са примерите за дейности в областта на хранителния туризъм? (4.1)

	Обиколки с храна (обиколки с храна или напитки)
	Посещения на местни производители
	Храна и културни фестивали
	Дегустационни сесии
X	Всички горепосочени отговори са верни

Вярно ли е, че гастрономическият туризъм е вид туризъм, който се основава на посещение на производители на храни, фестивали на храни, ресторанти и специални места, за да опитате специален вид храна, да наблюдавате производството на храна или да ядете приготвена от известен готвач храна? (4.1)

X	Да
	Не

Кои са мотиваторите, които привличат туриста да пътува до определена дестинация с гастрономическа цел? (4.4)

	Привличащи мотиватори
X	Тласкащи мотиватори

Кои са гастрономическите преживявания, които позволяват на туристите да възстановят умствената и физическата си енергия? (4.4)

	Културни мотиватори
	Междучелностни мотиватори
	Мотиватори за статус и престиж
X	Физически мотиватори

Вярно ли е, че историческите, традиционните, културните, кулинарните, природните и други мотиватори са гастрономически мотиватори? (4.4)

	Да
X	Не



Вярно ли е, че самореализацията, самочувствието, социалните нужди и потребностите от безопасност са мотивиращи мотиватори? (4.4)

X	Да
	Не



Задължителна оценка за Модул 2: ИДЕНТИЧНОСТ И КОНТЕКСТ НА ГАСТРОНОМИЧНИЯ ТУРИЗЪМ

За да се направи гастрономически SWOT, е необходимо теренно проучване:	
<input type="checkbox"/>	За да се получи информация за територията и нейната потенциална гастрономическа туристическа привлекателност
<input type="checkbox"/>	За получаване на мненията на местни и външни агенти
<input type="checkbox"/>	За да научите за документалните източници, които може да съществуват, предишни проучвания или предишни анализи
<input checked="" type="checkbox"/>	Всички горепосочени са верни

За гастрономическия SWOT анализ е важно:	
<input type="checkbox"/>	Да се направи оценка на хотелиерството и ресторантьорството в района
<input type="checkbox"/>	Да се оцени нивото на образование на специалисти в областта
<input type="checkbox"/>	Да се оцени местната селскостопанска продукция
<input checked="" type="checkbox"/>	Всички горепосочени са верни

За гастрономическия SWOT анализ е важно:	
<input type="checkbox"/>	Грешните промоционални стратегии
<input checked="" type="checkbox"/>	Разнообразието от качествени местни продукти и гастрономическо наследство
<input type="checkbox"/>	Конкуренцията от други територии
<input type="checkbox"/>	Изоставянето на традиционното земеделие и занаятчийските дейности

Гастрономически туризъм:	
<input checked="" type="checkbox"/>	Е да опознаеш и научиш, изживееш, ядеш, опиташ и се насладиш на гастрономическата култура на дадена територия
<input type="checkbox"/>	Не е свързано със селските райони
<input type="checkbox"/>	Важен е само за туристите
<input type="checkbox"/>	Важен е само за местните жители

За създаване на стратегическия план за гастрономически туризъм са необходими:	
<input checked="" type="checkbox"/>	Измерими стратегически цели
<input type="checkbox"/>	Неизмерими фактори
<input type="checkbox"/>	Каквато и да е информация
<input type="checkbox"/>	Няма нужда от ресурси

Някои често срещани културни дейности в селските райони включват:	
<input type="checkbox"/>	Турнири по дълбоководен риболов.
<input checked="" type="checkbox"/>	Религиозни и духовни събития, изкуства и занаяти, отдих на открито, наследство и исторически събития, селско стопанство и животновъдство.
<input type="checkbox"/>	Строителни състезания
<input type="checkbox"/>	Фестивали на градското улично изкуство

Приоритетната цел на стратегическия план е:	
<input type="checkbox"/>	Увеличаване на неефективността и намаляване на производителността.
<input checked="" type="checkbox"/>	Да организира и популяризира експериментален, вкусов и сензорен туризъм, като се възползва максимално от наличните ресурси от всякакъв вид във всяка област и координира различните сектори, свързани с гастрономическия туризъм.
<input type="checkbox"/>	Пренебрегване на финансовата стабилност и увеличаване на загубите.



Може ли да промени културата на дадено място с течение на времето?	
<input type="checkbox"/>	Никога
<input type="checkbox"/>	Зависи от мястото
<input checked="" type="checkbox"/>	Да, разбира се
<input type="checkbox"/>	Зависи от вида на културата

4-те „P“ на маркетинговия микс са:	
<input type="checkbox"/>	Продукт (Product), Цена (Price), Място (Place), и Опаковка (Packaging).
<input checked="" type="checkbox"/>	Продукт (Product), Цена (Price), Разпространение (point of sale) и Популяризиране (Promotion).
<input type="checkbox"/>	Продукт (Product), Място (Place), Популяризиране (Promotion), и Процес (Process).
<input type="checkbox"/>	Продукт (Product), Цена (Price), Популяризиране (Promotion), и Хора (People).

Стратегическият план за гастрономически туризъм е:	
<input type="checkbox"/>	Последната стъпка преди да започнете да действате за създаване на гастрономическа туристическа дестинация, в този ред.
<input checked="" type="checkbox"/>	Първата стъпка преди да започнете да действате за създаване на гастрономическа туристическа дестинация, в този ред.
<input type="checkbox"/>	Създаден да ограничи достъпа до разнообразни кулинарни изживявания

Допълнителна оценка за Модул 2: ИДЕНТИЧНОСТ И КОНТЕКСТ НА ГАСТРОНОМИЧНИЯ ТУРИЗЪМ

Въпросникът за SWOT анализ трябва да бъде направен:	
<input checked="" type="checkbox"/>	По обективен начин, който не насочва отговорите
<input type="checkbox"/>	По субективен начин, за да получите отговорите, които искате
<input type="checkbox"/>	Не, няма нужда от въпросник
<input type="checkbox"/>	Не, темите на въпросите нямат значение

SWOT гастрономическият анализ трябва да се извършва в съответствие със знанията на професионалисти относно:	
<input type="checkbox"/>	Територията и туризмът
<input type="checkbox"/>	Гастрономия, храна и традиции
<input type="checkbox"/>	Пазарът на труда и околната среда
<input checked="" type="checkbox"/>	Всички горепосочени са верни

Популяризиране на местните продукти:	
<input type="checkbox"/>	Не е важно, тъй като туристите ще дойдат така или иначе
<input type="checkbox"/>	Не влияе върху SWOT анализа
<input checked="" type="checkbox"/>	От решаващо значение е за привличане на туристи
<input type="checkbox"/>	Трябва да се направи чрез всички възможни средства: уебсайтове, реклами, социални медии

Някои заплахи за гастрономическия туризъм:	
<input checked="" type="checkbox"/>	Слабо опазване на традициите
<input type="checkbox"/>	Гастрономическият туризъм като нов пазар
<input type="checkbox"/>	Разнообразието от ресурси
<input type="checkbox"/>	Нарастващо екологично съзнание



Туризмът може да донесе ползи на други производствени сектори:	
	Гастрономическият туризъм насърчава закупуването на регионални селскостопански продукти
	Чрез увеличаване на търсенето на хотелски услуги
	Чрез увеличаване на продажбата на занаятчийски продукти и пазаруване в местните фирми
X	Всички горепосочени са верни

Гастрономически туризъм:	
	Важен е за устойчивостта на териториите
	Има решаващо значение за селските райони, изложени на риск от обезлюдяване
	Се развива в последно време, придобивайки своя индивидуалност
X	Всички горепосочени са верни

Стратегическият план за гастрономически туризъм включва:	
	Организиране и популяризиране на преживенческият, вкусовия и сензорния туризъм
	Извличане на максимума от наличните ресурси от всякакъв вид във всяка област
	Координиране на различните сектори, свързани с гастрономическия туризъм
X	Всички горепосочени са верни

Стратегическият план за гастрономически туризъм:	
X	Ще акцентира върху услугите, продуктите, наследството, природата и зоните със специална или различна стойност
	Не е важен за селските райони
	Може да се постигне само от експерти
	Не е важен за развитието на туризма

Стратегическият план за гастрономически туризъм е инструмент, който позволява:	
X	Да се планира, действа, оценява и коригира
	Само действие
	Само планиране
	Да има намалено възприятие за гастрономическия туризъм

Тенденциите в туризма, гастрономията, потреблението на храна и свободното време:	
X	Са много важни за създаването на Стратегическия план за гастрономически туризъм
	Не са важни
	Важни са само за местните жители
	Важни са само за туристите

Селското общество се характеризира с:	
	Изобилие от небостъргачи и оживен градски живот.
	Липса на селско стопанство и голяма зависимост от индустриализацията.
X	Традиционализъмът, затвореният му дух, зависимостта от природните сили и силната социална сплотеност
	Модерна технология и високоскоростна интернет връзка.

Кулинарното наследство е:	
---------------------------	--



	Основно фокусирано върху използването на синтетични съставки и изкуствени аромати.
	Скорошно изобретение на съвременни готвачи, които искат да създадат усещане за история и традиция.
X	Фактор на комуникация и културно предаване, проявяващ традициите и природните особености на дадено място
	Въображаема концепция, създадена от кулинарни блогъри, за да привлече повече последователи в социалните медии.

В момента гастрономията е елемент от:	
	Гастрономията не е свързана с изучаването на квантовата механика
X	Атракция и автентично туристическо изживяване, обединени като основна форма на почивка и туризъм.
	Елемент от професионалната борба

Някои характеристики на културата са:	
	Състои се само от материални елементи
X	Тя е динамична и разнообразна
	Еднаква е навсякъде
	Не се предава от поколение на поколение

Култура е:	
	Околната среда
	Езикът
X	Всички отговори са верни
	Историята на мястото

Да научиш за гастрономическата култура в селски район е ... за следващите поколения	
	Възможност
X	Сила
	Слабост
	Заплаха

За определяне на специфичните цели, една от най-използваните методологии е тази на ... цели	
	Хитри
X	Умни
	Интелигентни
	Мъдри

Сегментирайте пазара. Сегментирането е разделено на четири категории:	
	Поведение, психология, поведение, местоположение
	Място, психология, поведение, местоположение
X	Демография, психология, поведение, местоположение
	Държание, психология, поведение, местоположение

Изчислете бюджета. Очакваните разходи и приходи на целия проект трябва да бъдат количествено определени в рамките на ... години.	
	2 години
X	3-5 години
	3-7 години
	3-5 месеца



Приоритетната цел на стратегическия план е:	
	Организиране и намаляване на преживенческия, вкусовия и сензорния туризъм
	Да игнорирате пазарните тенденции и анализа на конкурентите.
X	Да организира и популяризира преживенческия, вкусов и сензорен туризъм, като се възползва максимално от наличните ресурси от всякакъв вид във всяка област и координира различните сектори, свързани с гастрономическия туризъм.



Задължителна оценка за модул 3: ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И УСТОЙЧИВИ ИНОВАЦИИ В АГРО И ГАСТРО ТУРИЗМА

Кое от следните не е алтернативен тематичен туризъм (Глава 1)?	
<input type="checkbox"/>	Луксозни хотели и казино
X	Здравен и уелнес туризъм
<input type="checkbox"/>	Нито един от отговорите не е правилен

Обучението на Гастро-Гид включва някои основни принципи. Изберете правилния отговор (Глава 1)	
<input type="checkbox"/>	Новите умения и способности, които трябва да бъдат представени и придобити
<input type="checkbox"/>	Да импровизираме и да бъдем креативни
<input type="checkbox"/>	Изясняване, че проблемите трябва да се решават незабавно и бързо
X	Всички горепосочени отговори

Ето някои примери за дейности, които е добре да се прилагат от Гастро-гид. Изберете грешен отговор (Глава 2)	
<input type="checkbox"/>	Създаване на малки ферми с производство на местни сортове, обикновено биологично отглеждани
X	Развитие на индустриализирани ферми
<input type="checkbox"/>	Създаване на заведения за обществено хранене с менюта по местни рецепти и местни продукти, подкрепени от историческия маршрут на региона
<input type="checkbox"/>	Възраждане на фестивали и събития, които отразяват местните традиции, навици и социален живот

Целите на Европейския съюз в неговите граници са: Изберете грешен отговор (Глава 3)	
<input type="checkbox"/>	Насърчаване на мира, неговите ценности и благосъстоянието на своите граждани
<input type="checkbox"/>	Създаване на вътрешен пазар
<input type="checkbox"/>	Опазване и подобряване качеството на околната среда
X	Насърчава хората да се интересуват само от своите национални държави, а не от Съюза
<input type="checkbox"/>	Борба със социалното изключване и дискриминация

Дейностите по Еразъм+ и Мария Склодовска-Кюри са европейски проекти. (Глава 3)	
<input type="checkbox"/>	Не
X	Да

Стратегическите партньорства/партньорства са децентрализирана дейност и включват проекти за сътрудничество, които позволяват на участващите организации да се справят заедно с важни въпроси, да развият партньорства и да споделят иновативни практики (Глава 3)	
<input type="checkbox"/>	Не
X	Да

Бизнес планът е изложение в логични стъпки на това, което искаме да направим и какво е вероятно да се случи. Ако някога сте писали бизнес идея на лист хартия с няколко задачи за изпълнение и проста времева линия, вие сте започнали да пишете бизнес план или поне основите на такъв (Глава 4)	
<input type="checkbox"/>	Не
X	Да



В опит да се популяризира исторически маршрут, кои от практиките по-долу е добре да се следват? (Глава 5)	
	Изчакват туристите да разберат сами цялата информация за региона
X	Поставяне на табели на изходите и входовете на селата
	Изчакват телевизионните предавания да направят голям репортаж за вашето място, без да знаете кога ще се случи това

Процесът на решаване на проблем има някои стъпки, които трябва да следвате. Изберете грешен отговор. (Дейност 1)	
	Дефиниране на проблем
	След като проблемът бъде идентифициран, важно е да се оцени неговата тежест
	В следващата стъпка проблемът трябва да бъде анализиран
	Добрият анализ на проблема ще тласне предприемачите към следващата стъпка, която е разработването на решения.
	Решенията трябва да се прилагат ефективно
X	Проблемът и решението трябва да бъдат тайни и да не се разгласяват дори на колегите и екипа ви. Вие сте единственият, който работи с него.

Кои от следните стъпки се считат за добри практики за гастро-гид, за да могат да развият селски туризъм с храна в своите местни райони?	
	Посочване ясно на причините за липсата на инвестиции по кратък и измерим начин
	Обмисляне на разходите, свързани с проблема, включително финансови, оперативни и представителни разходи
	Идентифициране на основните причини за проблема, включително всички основни фактори или допринасящи фактори
	Генериране на списък с потенциални решения на проблема
	Разпределяне на отговорностите и поставяне на срокове за изпълнение
X	Всички гореизброени

Допълнителна оценка за модул 3: ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И УСТОЙЧИВИ ИНОВАЦИИ В АГРО И ГАСТРО ТУРИЗМА

Изберете опцията, която се вписва в спектъра на агро-гастро туризъм (Глава 1)	
	Масов туризъм
X	Посещения на винарни
	Нито един от отговорите не е правилен

Какви дейности свързват предприемачеството и агротуризма (Глава 1)? Изберете верният отговор.	
X	Настаняване във ферми
	Намиране на хотели за масов туризъм
	Туризъм за пенсионери

Има ли нужда от развиване на умения за мотивиране и вдъхновяване на другите, когато управляваме екип? (Глава 2)	
	Всеки знае уменията му. Не е нужно да правим нищо повече.
	По-добре е да се придържате към традиционния начин, така че каква е нуждата от



	иновации?
X	Трябва да работим като екип и да откриваме нови умения и практики.

Гастро-гида трябва да бъде? (Глава 2) Изберете верния отговор	
	Добре запознат с предимствата и забележителностите на своя регион.
	Да може да информира туристите за историята и традициите на мястото.
	Да може да предостави достатъчно информация за местните продукти и гастрономически навици на местните жители.
X	Всички горепосочени
	Никой от горепосочените

Жителите на една общност е важно да работят като екип, за да имат някои ползи. Какви ползи? Изберете грешен отговор (Глава 2)	
	Насърчаване творчеството и ученето
	Комбиниране на различни и допълващи се силни страни и идеи
	Намаляване стреса
	Подобряване ефективността на екипа
	Подобряване техните междуличностни отношения
X	Печалба на повече пари и признание

Работата в екип предлага: Изберете грешен отговор (глава 2)	
X	Увеличаване натоварването и отговорностите
	Комбиниране на различни и допълващи се силни страни и идеи
	Позволява на креативността да се увеличи, благодарение на възгледите на другите
	Помага за създаването на по-ефективни решения на проблемите

Какви са приоритетите на програмите за енергийна ефективност? Разпознайте някои от тях по-долу (Глава 3)	
	Чист въздух, чиста вода, здрава почва и подновено биоразнообразие
	Енергийно ефективни сгради
X	Всички отговори са верни
	Повече обществен транспорт
	Продукти с по-дълъг живот, които могат да бъдат ремонтирани, рециклирани и използвани повторно

Европейските проекти предлагат ли възможности за младите хора? (Глава 3)	
X	Да
	Не

Проектите, съфинансирани от ЕС, обикновено трябва да имат за цел: (Глава 3)	
	Защита, здраве и безопасност на участниците
	Многоезичие
	Участие в демократичния живот, общи ценности и гражданско участие
	Европейско и международно измерение
X	Всички горепосочени отговори са верни

В съответствие с Регламента за програмата Еразъм+ трябва да се наблегне на масовия спорт. Проектите в областта на спорта, подкрепени от Еразъм+, следва да доведат до увеличаване на участието в спортни, доброволчески и физически дейности. (глава 3).



X	Да
	Не

Какви са целевите групи, включени в дейности за „Мобилност“ по проекти по Еразъм+? (Глава 3)	
	Хотелиери и туристи
	Хора, които работят в банковата и икономическата система
X	Учители, ученици и хора, ангажирани с образование

Кои са факторите, които са от съществено значение за ново бизнес начинание? (Глава 4)	
X	Всички отговори са верни
	Бизнес идеята
	Бизнес планът
	Пазарът
	Финансирането
	Профилът на предприемача

SWOT анализът е важен за един нов предприемач, защото: (Глава 4)	
X	Показва ни нашите слабости и възможности
	Позволява ни да намерим финансиране
	Помага ни да намерим партньори

Ако създадете бизнес план за вашето предприятие, трябва да можете да: (Глава 4)	
	Работите сами без колеги и служители
X	Наблюдавате стъпка по стъпка работата и целите си
	Нито едно от изброените

Какви са характеристиките на културните маршрути? (Глава 5)	
	Тематични: маршрути, които включват специфичен тематичен елемент
	Исторически: маршрути, които се фокусират върху паметници и културни особености от определен период или епоха
	Смесени културни маршрути: маршрути, които включват елементи от културно и природно наследство, независимо от вида или периода, като част от цялостната културна идентичност на дадено място
X	Всички горепосочени отговори са верни
	Нито един от посочените

Възможно ли е гастро-гид и хората от даден район да създадат и развият исторически маршрут на тяхно място? Това добра практика ли е за дейностите на гастро-гида? (Глава 5)	
X	Да
	Не

Коя от практиките по-долу трябва да се следва при опит за популяризиране на исторически маршрут чрез интернет? (Глава 5)	
	Създаване на уеб сайт
	Подробни ръководства, връзки и карти за различните сайтове
	Специализирана информация за връзки към социални услуги (телефонни номера, адреси, работно време и др.)
X	Всички отговори са верни



Алберт Айнщайн е казал: „Ако имах само един час, за да спася света, щях да прекарам петдесет и пет минути в дефиниране на проблема и само пет минути в намиране на решенията“. Колко важно е за един предприемач да идентифицира първопричината за даден проблем? (Дейност 1)	
	Не е необходимо предприемачът да бъде проактивен в събирането на информация и разбирането на контекста, в който съществува проблемът.
	Без значение, трябва да прекарате повече време в опити да разрешите проблема, вместо да се опитвате да го дефинирате
X	Много важно, защото може да се използва за идентифициране на приложими възможности, разработване на решения и ефективното им прилагане.

Туристическата индустрия, включително сектора на храните и напитките, генерира значителни количества отпадъци на дневна база. Тези отпадъци, ако не се управляват правилно, могат да окажат отрицателно въздействие върху околната среда, местните общности и репутацията на туристическата индустрия. Изберете грешен отговор (Дейност 1)	
X	Необходима лоша практика, тъй като не може да се направи по друг начин
	Местните общности трябва да признаят проблема и да се опитат да го разрешат по съответния начин
	Туристическата индустрия е изправена пред значителни предизвикателства при ефективното управление на хранителните отпадъци, включително липса на инфраструктура, културни нагласи и ограничени ресурси.

Канвата за бизнес модел е инструмент за стратегическо управление за заинтересованите страни. Кое от следните е/са неправилно/и? (Дейност 1)	
	Предоставя ясен и кратък начин за комуникация и сътрудничество със заинтересованите страни
X	Предназначен е предимно за бизнеси, базирани на услуги, което го прави по-малко подходящ за бизнеси, базирани на продукти.
	Това е визуално представяне, което описва предложението за стойност на компанията, клиентските сегменти, канали, взаимоотношения с клиенти, потоци от приходи, ключови ресурси, ключови дейности, ключови партньори и структура на разходите.
X	Той не може да бъде променен или модифициран, след като е бил създаден, дори ако бизнесът расте и се развива.
	Може да се използва за идентифициране на нови бизнес възможности и за валидиране на съществуващи бизнес модели
	Той помага на социалните предприятия да гарантират, че уникалните характеристики и мисии на предприятието се вземат предвид в процеса на бизнес планиране



Задължителна оценка за модул 4: ПРЕЗЕНТАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ УМЕНИЯ

Вярно ли е, че чрез информиране за различни храни можем да увеличим и/или да повлияем на избора за консумация (2.3)

X	Да
	Не

Какво е интегриран териториален маркетинг? (2.4)

	Това е набор от стратегии, насочени към насърчаване на конкретна географска област.
X	Бизнесът работи за подобряване на своите услуги, докато обществената намеса е насочена към надграждане и подобряване на инфраструктурата и стимулиране на туризма, чрез организиране на събития.
	Успява да привлече правилната клиентела, т.е. туризъм, съобразен с характеристиките на района.

Какви са петте сили на Портър? (3.1.2)

X	Преки конкуренти, доставчици, клиенти, потенциални участници, производители на стоки заместители
	Наличие на суровини, пазарни промени, клиенти, производители на стоки заместители, преки конкуренти
	Нито един от предишните отговори

Колко лица (повърхности) има призмата на Капферер? (3.1.3)

	5
X	6
	7

Вярно ли е, че с опит и маркетинг на взаимоотношенията 4-те „Р“ стават 7?

X	Да
	Не

Колко са елементите на комуникацията? (3.2.4)

	3
	4
X	6

Какво означава да правиш туристически прием? (4.5)

	Доклад
	Комуникация
X	Грижа за взаимоотношения, комуникация и лични, междуличностни и социални умения

Вярно ли е, че за да бъде успешно, ораторството трябва да се прицели в целта и да превърне краткостта в най-добрия си приятел? (4.1)

X	Да
---	----



	Не
--	----

Какви елементи характеризират постмодерните племена? (5.3)	
	Мрежата
	Територията
	Тотемният стълб
X	Всички горепосочени отговори са верни

Каква е рецептата за израстване на социален профил (профил в социални мрежи) в професионален план? (7.6)	
	Използване на качествени снимки и правене на повторни публикации
X	Взискателност и постоянство
	Ангажиране на инфлуенсъри и разказване на истории

Допълнителна оценка за модул 4: ПРЕЗЕНТАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ УМЕНИЯ

Какви са 3-те измерения на едно ястие? (2.3)	
	Творчество, верига на доставките, споделяне
X	Продуктът, произходът, преживяване
	Нито един от отговорите не е правилен

За какво служи доброто разказване на истории? (2.4)	
X	Подобрява историята на дадено място, разпалва въображението на посетителите, стимулира любопитството и възможните открития;
	Да разкаже автобиографията на територията
	За повишаване на икономическата стойност на продукта

Вярно ли е, че изграждането на марка (бренд) е една от стъпките за създаване на териториален маркетингов план? (2.5)	
X	Да
	Не

Какво е маркетинг? (3.1)	
	Маркетингът е социален и управленски процес, чрез който човек или група получава това, което представлява обект на техните нужди и желания, като създава, предлага и обменя продукти и стойност с други.
	Това е динамичен процес, при който чрез внимателно проучване на социалния и икономически контекст, в който някой иска да работи, определя и прилага стратегии за позициониране на продукт или услуга в рамките на конкретен пазар.
X	И двата отговора са верни

От какво зависи преговорната сила на доставчиците? (3.1.2)	
	Броят на важните доставчици



	Броят на основните клиенти
	Трудности при достъпа до разпространение
X	Нито един от предишните отговори не е пълен

Вярно ли е, че моделът на Капферер (или призма) е полезен инструмент за изграждане на идентичността на марка или бранд? (3.1.3)

X	Да
	Не

Колко са основните лостове на маркетинговия микс? (3.1.4)

X	4
	5
	6

Вярно ли е, че маркетинговият микс е „наборът от маркетингови лостове, които компанията определя и използва, за да удовлетвори потребителя и да постигне своите пазарни цели? (3.1.4)

X	Да
	Не

Концепцията за разпространение се промени през последните десетилетия. Какви области обхваща? (3.1.4)

	Реклама
	Комуникация с търговския персонал (лични продажби)
	Връзки с обществеността
X	Всички предишни отговори са верни
	Нито един от предишните отговори

Колко аксиоми на комуникацията има? (3.2.2)

X	5
	4
	6

Каква може да бъде комуникацията? (3.2.2)

	Както аналогова, така и цифрова
	Симетрична или допълваща се
X	Всички предишни отговори са верни

Колко са парадоксите на П. Вацлавик? (3.2.4)

X	3
	5

Вярно ли е, че между дестинация с високо ниво на атракции и такава с може би по-ниски нива, но със сериозна работа върху стратегии и техники за гостоприемство, втората е



тази, която излиза на върха? (4.3)

X	Да
	Не

Какъв е основният принцип на гостоприемството? (4.5)

	Да знаеш как да общуваш ефективно
X	Централното място на потребителя
	Да знаете как да слушате активно

Какво трябва да прави туристическият рецепционист? (4.5)

	Той трябва да знае как да комуникира ефективно и да се отнася към клиента по правилния начин;
	Той задължително трябва да познава стиловете на взаимоотношения, възприети от хората, и по този начин да може да се отнася към своите събеседници по най-добрия възможен начин;
	Възприемане на асертивен стил
X	Всички горепосочени отговори са верни

Кои са 3-те основи в ораторството? (4.1)

X	1. привличане на вниманието, 2. даване време на аудиторията да запомни съобщението и да обработи въпросите, 3. завършване на речта с крилата фраза, която стимулира призив за действие.
	1. Да знаете как да общувате ефективно 2. Възприемане на асертивен стил 3. Да бъдеш активен слушател
	1. лични умения, 2. междуличностни умения 3. социални умения

Колко продукта могат да прегледат очите ни за 3 секунди? (5.2)

	Между 15 и 20
X	Между 10 и 15
	Около 15

По отношение на племенния маркетинг, какви са основните елементи на нео-племената? (5.3)

	Физиологични нужди, високо ниво на автономност, нужда от самочувствие, Роднинска връзка, споделени емоции и страсти, нужда от себerealизация
X	споделянето на общо чувство за принадлежност; споделянето на интереси и ценности; наличието на комуникационна мрежа.

Колко измерения има в пирамидата на Фрайтаг? (6.3)

	5
X	6
	7



Колко елемента са необходими за изграждането на ефективен разказ? (6.5)	
X	8
	7
	6



Задължителна оценка за модул 5: ТЕХНИКИ ЗА КОУЧИНГ, МЕНТОРСТВО

Един и същ метод ли е менторството и коучингът? (1.1)	
	Да
X	Не

Чия задача е да разшири информираността на клиента и да го насочи към намиране на най-добрите отговори за самия него? (1.3)	
	Психолог
X	Треньор
	Ментор

Вярно ли е, че и при коучинга, и при менторството клиентът е в центъра? (1.5)	
X	Да
	Не

Включени ли са уменията за преподаване в една от педагогическите компетентности? (2)	
	Не
X	Да
	Нито един от отговорите не е верен

Кои умения се отнасят до способността да работите с други хора, да ги разбирате и мотивирате индивидуално или в група? (2.2.2)	
X	Човешки умения
	Технически умения
	ИКТ умения

Вярно ли е, че Етап III на менторството се концентрира върху планирането на дейностите, които ще доведат наставляваното лице от анализа на първоначалната ситуация до набелязания резултат? (3)	
X	Да
	Не

Вярно ли е, че туристическите пакети са нова концепция ? (3.2)	
	Да
X	Не
	Нито един от отговорите не е верен

Общото лого или марката могат да подобрят популяризирането и да покажат професионализма, който стои зад продукта. (3.2.3)	
X	Вярно
	Грешно

Добрият коуч разполага с мрежа от специалисти и я използва в зависимост от нуждите на



клиента. (4)	
X	Вярно
	Грешно

Менторството, особено за новите служители, е и вид социализация (която се предполага от принципа на включване), опознаване на групата и екипа, с който работите (5)	
X	Вярно
	Грешно

Допълнителна оценка за модул 5: ТЕХНИКИ ЗА КОУЧИНГ, МЕНТОРСТВО

Метод, който ви позволява ефективно да поставяте и постигате важни цели, да увеличите удовлетворението от професионалния и личния си живот, да станете по-съзнателен лидер, мениджър или родител, се нарича? (1.1)	
X	Коучинг
	Менторство

Човек, който помага на клиента си да открие правилния път към целта, използвайки своите умения, техники, инструменти, се нарича? (1.2)	
X	Треньор
	Ментор
	Специалист по професионално ориентиране

Как се нарича Експерт, който е пример за подражание, дава съвети и напътствия, споделя своя опит? (1.4)	
X	Ментор
	Треньор

Как се нарича методът, при който обикновено се фокусира върху целта, определена в първоначалния договор, и по време на работните сесии се съсредоточава върху определянето и прилагането на решение, което ви позволява да постигнете тази цел? (1.4)	
	Подкрепена заетост
	Менторство
X	Коучинг

Вярно ли е, че и при коучинга, и при менторството клиентът (трениран или наставяван) е в центъра? (1.5)	
	Не
X	Да

Вярно ли е, че и треньорът, и менторът са отговорни за изграждането на тази връзка и в началото за създаването на условия, които да са удобни за клиента? (1.5)	
--	--



X	Да
	Не

Уменията за интерпретация и комуникация, креативността, сътрудничеството, прагматичните и информационните и медийните умения са? (2)

X	Педагогически компетентности
	Технически компетенции
	Нито един от отговорите не е верен

Вярно ли е, че концептуалните, човешките и техническите умения са основни управленски/мениджърски умения? (2.2)

X	Да
	Не

Техническите умения са способността и знанията за използване на оборудването, техниките и процедурите, свързани с изпълнението на конкретна задача. Те се състоят от специализирани знания и способност за работа в рамките на тази специалност? (2.2.1)

	Грешно
X	Вярно
	Нито един от отговорите не е верен

Вярно ли е, че концептуалните умения се отнасят до умствената способност да се анализират и диагностицират сложни ситуации. Тя включва разглеждането на организацията като цяло и разбирането как нейните части ще повлияят на цялото? (2.2.3)

X	Да
	Не

Анализ на първоначалната ситуация и определяне на това какво и поради каква причина трябва да се промени, кой етап от коучинга е това? (3)

X	Етап I
	Етап II
	Етап III

Колко етапа има най-популярният модел на коучинг разговор - моделът GROW (3.1)

	Един етап
	Два етапа
X	Четири етапа

Цел, реалност, възможности, обобщение са етапи на? (3.1)

X	Модел GROW
	Модел OSCAR
	Модел CLEAR

Какво е туристическият пакет? (3.2.1)

X	Комбинация от два или повече продукта, представена като единична продажба, която дава на клиента предимство пред закупуването им поотделно.
	Кулинарен туризъм
	Закупуване на няколко самолетни билета



Идентифициране на вашите бизнес нужди, например нужда от повече резервации в делнични дни, по-дълъг престой, повече продажби на екскурзии извън сезона, е пример за ...? (3.2.2)

<input checked="" type="checkbox"/>	Създаване на туристически пакет
<input type="checkbox"/>	Фестивали на храната и културата
<input type="checkbox"/>	Планиране на почивка

Вярно ли е, че трябва да популяризирате пакета не само при пускането му на пазара, но и по време на текущи промоционални възможности по отношение на рекламата, например адаптиране към местни събития, празнични сезони? (3.2.3)

<input checked="" type="checkbox"/>	Да
<input type="checkbox"/>	Не

Добър съвет ли е да се вслушвате в мнението на клиентите си и да следите онлайн отзивите, за да събирате мнения? (3.2.3)

<input checked="" type="checkbox"/>	Да
<input type="checkbox"/>	Не

Коучинг договорът е съвместно устно/писмено споразумение, предшествано от дискусия между коуча и клиента? (4)

<input checked="" type="checkbox"/>	Да
<input type="checkbox"/>	Не

Волята (съвместно вземане на решения относно формата и съдържанието на предприетите образователни дейности) - е един от факторите за оценка на сътрудничеството с треньора. (5)

<input checked="" type="checkbox"/>	Да
<input type="checkbox"/>	Не

Менторството/коучингът могат да се разглеждат като обучение на умения, придобити по-рано и предадени от опитни служители на учащи се (връзка треньор-обучаем)(5).

<input checked="" type="checkbox"/>	Вярно
<input type="checkbox"/>	Грешно