



Naujas profesinis standartas kaimo tvarumui per švietimą ir žemės ūkio maisto produktų bei gastronomijos skatinimą

PROFESINIS STANDARTAS

Projekto numeris - 2021-1-ES01-KA220-VET-000034772

Projektą iš dalies finansuoja Europos Sąjungos programa Erasmus+. Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad ji patvirtina turinį, kuris atspindi tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame pateiktos informacijos naudojimą.

Autorių teisės

© Autorių teisės 2022 Projektas GASTRO-GIDAS

Visas šis dokumentas ar jo dalis jokiais tikslais negali būti kopijuojamas, perdirbamas ar keičiamas be raštiško GASTRO-GIDO konsorciumo leidimo. Be to, turi būti aiškiai nurodytas dokumento autorių pripažinimas ir nurodytos visos pranešimo apie autorių teises dalys

Visos teisės saugomos



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

TURINYS

IVADAS.....	Error! Bookmark not defined.
I. Gastro-gido profesinio standarto paskirtis, tikslas ir sandara.....	133
II. Profesinis standartas	155
III. Apibrėžimai ir prielaidos	199
IV. EKS lygmens apibrėžimas.....	233
V. Darbo aplinka ir sąlygos	255
VI. Metodinis požiūris	277
A. Standarto numatomų mokymosi rezultatų identifikavimas	277
B. Mokymosi rezultatų vienetų (ULO) identifikavimas	288
C. Mokymosi rezultatų vertinimo kriterijų nustatymas	299
D. Mokymosi rezultatų vienetų vertinimas	30
VII. Darbo galimybės	344
VIII. Mokymo programa su mokymosi rezultatais ir vertinimu	40
BIBLIOGRAFINIAI ŠALTINIAI	56
PRIEDAS 1:	57

ĮVADAS

Šis Profesinis standartas sukurtas įgyvendinant projektą **“GASTRO-GIDAS, naujas profesinis standartas kaimo tvarumui per švietimą ir žemės ūkio maisto produktų bei gastronomijos skatinimą”**, remiant Europos Sąjungos Erasmus+ programai.

GASTRO-GIDO projektas orientuotas į naujo **profesinio standarto** kūrimą, **apimantį** kaučerio/mokytojo, koordinuojančio veiklas taip, kad žmonės, kuriems gresia atskirtis, patys eitų mokytis ir pajautų bei patirtų kaimo aplinką ir paveldą, **įgūdžių ir žinių trūkumą**. Remiantis GASTRO-GIDO profesiniu standartu, jie gebės **organizuoti mokymosi užsiėmimus** su integruotais pojūčiais, skoniais, aromatais, kulinarine praktika, naujais **atradingais kaip mokymosi pastiprinimu** bei **padėti kaimo gyventojams**, daugiausia moterims, jaunimui ir bedarbiams žmonėms, įsitraukti į darbo rinką.

Gastro-gidai atliks 2 pagrindinius vaidmenis: 1) jie **teiks paramą vietiniams kaimo gyventojams**, vykdančiams instruktorių ir kaučerių vaidmenį, mokydami ir skatindami juos būti iniciatyviais, steigiant arba valdant nedidelį / šeimos verslą, kuris naudojasi vietiniais ištekliais, ir tuo pačiu yra naudingi bendruomenei. Gastro-gido užduotis bus šviesti vietinius gyventojus ir remti juos kuriant nedideles autochtoninių maisto produktų plantacijas, skatinti juos išsaugoti augalus/maistą ir skatinti vietinių maisto produktų naudojimą restoranuose, siekiant išsaugoti kokybišką vietinę virtuvę. Be to, gastro-gidas mokys/skatins kaimynus renovuoti senus namus ir siūlyti nakvynes svečiams, būti kūrybiškiems ir užsiimti rankų darbo gaminiais, ir pan. 2) Antra, gastro-gidas **veiks kaip turistų mokymų agentas**, mokydamas lankytojus apie kaimo kultūrą, gastronomiją, vietinius maisto produktus, paveldą ir kt., siekiant populiarinti kaimą ir didinti jo patrauklumą.

Projektu siekiama **stiprinti turizmo**, ypač gastronomicinio turizmo, **kompetencijas** žemo išsivystymo kaimo regionuose, ugdant asmens, dirbančio kaučerių/mokytoju gyventojams, profesinį standartą ir prisidėti prie **kaimo bendruomenių gyvenimo sąlygų gerinimo**, didinant visuomenės susidomėjimą, didėjančiam poreikiui įgyvendinti laisvalaikio ir turizmo veiklą kaimo teritorijose.

Profesinis standartas sukurtas **bendradarbiaujant ekspertams ir tyrėjams** iš projekto partnerių organizacijų:

Formación Y Asesores En Seleccin Y Empleo - FASE (Ispanija)
Cámara Oficial de Comercio e Industria de Teruel - CÁMARA (Ispanija)
Asotsiatsiya Kulinarini Izkustva I Gostopriemstvo - CAHA (Bulgarija)
Social Cooperative Enterprise - SYN TOIS ALLOIS (Graikija)
Graičiūno aukštoji vadybos mokykla - AVM (Lietuva)
Karaiskos Farm (Graikija)
Istituto Formazione Operatori Aziendali – IFOA (Italija)
Unione Regionale Delle Camere Di Commercio Dell' Emilia-Romagna (Italija)
Moterų fondas - Viva Femina (Lenkija)

Aukščiau paminėtas projektas (trumpai vadinamas „Gastro-gido projektu/GG projektu“) skirtas pasiūlyti esamų problemų, susijusių su kaimo plėtra, sprendimus, kurie peržengia atskirų Europos šalių nacionalines sienas. Regioninei plėtrai remti skirtos ES finansavimo priemonės – ypač taikomos ES valstybių kaimo vietovėms – labiau orientuotos į administracines ir infrastruktūrines investicijas bei tobulinimą. Reikia papildomų pastangų, kai kalbama apie vietos bendruomenių vystymąsi ir gyventojų gerovės gerinimą šiose srityse. Tai suponuoja investicijas į švietimą ir mokymą, taip pat vietos gyventojų verslumo įgūdžių formavimą, kad jie galėtų rasti savo vietą darbo rinkoje. Čia ateina pirmasis svarbus Gastro-gido vaidmuo, kuris veiks kaip **kaučeris, mokantis** kaip reklamuoti savo kaimą ir priimti lankytojus, nepalankioje padėtyje esančių Europos kaimo vietovių **žmones**.

Kita vertus, Gastro-gido projekte naudojami ištekliai, kurie jau egzistuoja partnerių šalių kaimo vietovėse, pavyzdžiui: kultūros, istorijos ir gastronomijos paveldas; turistiniai objektai ir gamtos dovanos; žemės ūkio ir maisto gamybos tradicijos; neurbanizuota žalia ir saugi aplinka ir t.t. Nors paprastai vietiniai gyventojai visas šias žinias ir tradicijas išsaugo ir jomis didžiuojasi, jos dažnai lieka nežinomos žmonėms už konkrečios regiono ribų. Turint visa tai omenyje, Gastro-gido projektas taip pat orientuotas į vietinių „**ambasadorių**“ paruošimą skleisti ir reklamuoti šiuos lobius likusiam pasauliui.

Kurdama profilį, projekto partnerių grupė ieškojo esamų ir visuotinai pripažintų žodžių, sudarančių naujojo profesinio standarto pavadinimą, suvokimo, siekdama įsitikinti, kad pasirinktas profilio pavadinimas bus vienodai (ar bent jau panašiai) priimtas ir pritaikytas visose partnerių šalyse ir turės tą pačią reikšmę bei turinį. Atsižvelgiant į tai, greita populiarių apibrėžimų peržiūra atnešė labai įdomių pastebėjimų. Pavyzdžiui, Oksfordo žodyne¹ pateikiami keli „gido“ apibrėžimai:

1. (daiktavardis) asmuo, rodantis kelią kitiems, ypač įdirbintas tam, kad turistams parodytų lankytinas vietas.
2. (daiktavardis) asmuo, kuris pataria kitiems, ypač elgesio ar tikėjimo klausimais.

¹ <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/>

Pirmasis yra aiškiai susijęs su fiziniu kitų žmonių vedimu ar orientavimu į vietą (dažniausiai turistų gido vaidmeniu). Tačiau antrajame prisideda instruktavimo ar mokymo elementas, kurį atlieka kaučeris, palaikantis savo komandą (GG atveju – vietos žmonės), pristatant savo vietovę iš geriausios pusės. Tai taip pat patvirtina „gido“ kaip veiksmožodžio apibrėžimas:

1. (veiksmožodis) parodyti arba nurodyti kelią (kam nors)
2. (veiksmožodis) nukreipti arba įtakoti elgesį ar vystymąsi

Kitas įdomus aiškinimas buvo rastas Kembrižo (internetiniame) žodyne², kur pirmoji „gido“ reikšmė yra „knyga, suteikianti jums svarbiausios informacijos apie tam tikrą dalyką“. Taigi, mūsų Gastro-gidas turės įgyvendinti visas šias gido, kaučerio ir influencerio funkcijas.

Kita vertus, terminas „gastro“ pagal apibrėžimą yra susijęs su anatomija arba medicina ir ypač atkreipia dėmesį į tai, kas susiję su skrandžiu. Žinoma, mūsų atveju tai naudojama perkeltine prasme, apibrėžiant turizmo rūšį ar lankytinas vietas, kurios bus įdomios Gastro-gidams kaip profesionalams. Įdomu buvo pastebėti, kad ieškant internete „gastro gido“ atsiranda aibė įvairių knygų ar svetainių, turinčių vadovo ar kelionių aprašymų formą, kuriose surašytos įvairios maitinimo įstaigos (restoranai, barai ir kt.), siūlančios maistą, bet taip pat unikalią valgymo patirtį ar net konkrečiai vietai būdingus receptus. Taigi, savo Gastro-gidą galime vadinti konkrečios vietos „gyvąja knyga“, kuri jums parodys, rekomenduos geriausias vietas pavalgyti ir ką geriausia išbandyti.

Vienas labai svarbus apibrėžimas, į kurį taip pat buvo atsižvelgta kuriant gastro-gido profesinį standartą, buvo Europos įgūdžių, kompetencijų, kvalifikacijų ir profesijų klasifikatorius (ESCO³), skirtas turistų gidui:

² <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/guide>

³ Europos įgūdžių, kompetencijų ir profesijų klasifikatorius (angl. European Skills, Competences, Qualifications and Occupations classification)

Service and sales workers -> Personal service workers -> Travel attendants, conductors and guides -> Travel guides -> Tourist guide (Code 5113.1)

Aprašymas⁴ (pagal ESCO apibrėžimą): *“Turistų gidai padeda asmenims ar grupėms kelionių ar pažintinių kelionių metu arba turistams svarbiose vietose, pavyzdžiui, muziejuose, meno objektuose, paminkluose ir viešose vietose. Jie padeda žmonėms interpretuoti objekto, vietos ar vietovės kultūros ir gamtos paveldą bei suteikia informacijos ir patarimų jų pasirinkta kalba.”*

Kodėl svarbu suprasti skirtumus tarp turistų gido ir gastro-gido?

Turistų gido profesija yra daugiau ar mažiau reglamentuota daugumoje ES šalių. Be įprasto skirtingų turistų gidų kvalifikacijos absolventų kompetencijų patikrinimo, laikant valstybinius / nacionalinius egzaminus pagal iš anksto nustatytus standartus ir gaunant diplomą / pažymėjimą, norint įgyti profesiją, taip pat reikia gauti licenciją (dažniausiai išduodamą šalyje). Šio reglamentavimo priežastis dažniausiai siejama su supratimu, kad turistų gidai yra konkrečios šalies/vietos „veidas“, lankytojams pateikia informaciją, kuri laikoma „tikra“ ir turi įtakos turistų nuomonės bei požiūrio formavimui. Štai kodėl šią profesiją stebi valdžios institucijos ir ji suderinama su nacionaline turizmo plėtros politika ir (arba) strategijomis.

Apibendrinant, vaidmenis, kuriuos GG projektas apibrėžia Gastro-gidui kaip profesionalui, galima būtų suskirstyti į šias kategorijas:

- Instruktorius / dėstytojas / mentorius
- Rėmėjas / skleidėjas / ambasadorius

Gastro-gido vaidmuo	Aprašymas
1) Instruktorius / dėstytojas / mentorius	Jie teiks paramą vietiniams kaimo gyventojams, vykdančioms instruktorių ir kaučerių vaidmenį, mokydami ir skatindami juos būti versliais, steigiant ar valdant nedidelį / šeimos verslą, kuris naudojasi vietovės ištekliais ir tuo pačiu

⁴ <https://esco.ec.europa.eu/en/classification/occupation?uri=http://data.europa.eu/esco/occupation/b476f45f-2c79-44d5-a4d7-fa357aa83074>

	yra naudingas bendruomenei. Gastro-gido užduotis bus šviesti vietinius gyventojus ir padėti jiems kurti mažas autochtoninio maisto produktų plantacijas, skatinti juos išsaugoti augalus/maistą bei skatinti vietinių maisto produktų naudojimą restoranuose, siekiant išsaugoti kokybišką vietinę virtuvę. Be to, Gastro-gidas išmokys/skatins kaimynus renovuoti senus namus ir siūlyti svečiams nakvynę, būti kūrybiškais ir daryti rankdarbius, kt.
2) Rėmėjas / ambasadorius / agentas	Antra, Gastro-gidas veiks kaip turistų mokymo agentas, mokydamas lankytojus apie kaimo kultūrą, gastronomiją, vietinius maisto produktus, paveldą ir kt., siekdamas populiarinti kaimą ir didinti jo patrauklumą.

Turėdami omenyje šias dvi pagrindines sritis, toliau skirstome GG pareigas, veiklą, kurią jie turi atlikti, ir užduotis, kurias jie turi įgyvendinti.

Pareigos (pagal GG vaidmenį)	Veiklos ir užduotys	Gastro-gidui būtini įgūdžiai ir kompetencijos
1) Kaip instruktorius / dėstytojas / mentorius		
Teikti paramą vietiniams gyventojams, vykdančiams instruktorių ir kaučerių vaidmenį, mokyti ir skatinti juos būti iniciatyviais, steigiant ar vykdančiais nedidelį / šeimos verslą, kuris naudojasi vietiniais ištekliais ir tuo pačiu yra	- Šviesti vietinius gyventojus ir remti juos kuriant mažas autochtoninių maisto produktų plantacijas - Skatinti vietinius išsaugoti augalus/maistą ir skatinti vietinių maisto produktų naudojimą restoranuose, siekiant	- Nacionalinių/regioninių teisės aktų, susijusių su žemės ūkio ir maisto grandinės ir turizmo ūkio subjektais, išmanymas (apskaita, SVV valdymas, finansai, licencijų režimai, ūkių, svečių namų, turistinių vietų, restoranų specifiškai ir kt., jų

naudingas bendruomenei.	išsaugoti kokybišką vietinę virtuvę - Mokyti/skatinti kaimynus renovuoti senus namus ir siūlyti svečių nakvynes, būti kūrybingais ir gaminti rankų darbo gaminius ir kt.	išmanymas kaip ūkio subjektams); - SVV valdymo (praktinis) išmanymas; - Verslumo (entrepenerystės) ir pardavimo technikų išmanymas; - Rinkodaros ir skatinimo principų išmanymas; - Vietinės virtuvės išmanymas (tradiciniai patiekalai, maisto dieta, produktai...); - Gastronomijos industrijos išmanymas; - Produktų valdymo išmanymas; - Puikūs bendravimo ir pristatymo įgūdžiai – gebėjimas įtikinti vietos gyventojus siūlomų sprendimų nauda; - Pedagoginiai įgūdžiai ir gebėjimas struktūriškai ir įtraukiančiai pateikti informaciją.
---------------------------------------	---	---

2) Kaip rėmėjas / ambasadorius / agentas

Veikti kaip turistų mokymo agentas, mokantis lankytojus apie kaimo kultūrą, gastronomiją, vietinius maisto produktus, paveldą ir kt., siekiant populiarinti kaimą ir didinti jo patrauklumą.	- Valdyti vietos turistinę prekės ženklą; - Skatinti agroturizmą, vietinius produktus ir paslaugas; - Bendradarbiauti su regionų bendruomenėmis ir kitomis institucijomis; - Administruoti tinklapį/ blogą apie vietinę kultūrą, įskaitant produktus / paslaugas, kaimo vietovės / regiono gastronomiją; - Kurti turistinius ir pramoginius pasiūlymus įvairioms gavėjų grupėms; - Organizuoti įvairius renginius, festivalius, koncertus, konkursus, ritualus ir kt.; - Organizuoti kulinarines, amatų ir kitas dirbtuves; - Organizuoti konferencijas, seminarus ir mokymus kaip gerąją praktiką	- Vietos kultūros, folkloro, regionalizmo ir kt. žinios; - Puikūs organizaciniai įgūdžiai; - Rinkodaros ir reklamos principų išmanymas; - Puikūs bendravimo įgūdžiai (verbaliniai ir neverbaliniai); - Žinios, kaip prižiūrėti svetainę, skelbti turinį socialiniuose tinkluose; - Derybų įgūdžiai; - Užsienio kalbų mokėjimas; - Vietos teritorijos kultūra ir istorija; - Teritorijos turtingumo apžvalga: bendri bruožai ir ypatumai. Kaip pasirinkti, ką reklamuoti; - Vietos teritorijos tradicijos, įskaitant vietinius produktus, virtuvę, amatus, papročius ir kt. Produktų ir teritorijos ryšys (įskaitant istorinius aspektus)
--	---	---

Galiausiai, išgryninus gastro-gidams keliamus reikalavimus pagal tai, ko iš jų tikimasi, apibrėžiame mokymo poreikius ir turinį, kurie turi būti sukurti tam, kad gastro-gidai būtų pasiruošę atlikti savo pareigas, vykdyti veiklą ir sėkmingai atlikti užduotis.

GASTRO-GIDO mokymo programa buvo sukurta taip, kad apimtų šias **kompetencijas**:

- ✓ Žinoti vietinius maisto produktus. Kaip jie gaminami, kokios savybės, rūšys ir kt.
- ✓ Žinoti įvairias vietines lankytinas vietas ir traukos objektus lankytojams ir turistams.
- ✓ Organizuoti turistinius paketus ir vizitus turistams.
- ✓ Pedagoginiai įgūdžiai, skirti perduoti žinias ir praktinius metodus, kad jie atitiktų žinių vertės procesą.
- ✓ Bendradarbiauti ir užmegzti ryšius su kitais vietiniais šeimininkais iš kitų Europos regionų.

I. GG profesinio standarto paskirtis, tikslas ir sandara

Naujojo profesinio standarto tikslas – prisidėti prie kulinarinio meno profesinio mokymo pasiūlos tobulinimo, atsižvelgiant į didėjančią rinkos poreikį profesionalams, kurie turi tobulėti ne tik kulinarijos, bet ir gastronomijos srityje kaip žinių, patirties, meno ir amatų derinys. Tai svarbu siekiant užtikrinti, kad „gastro-gido“ kursas besimokantiejiems suteiktų galimybę įgyti įgūdžių derinį, jungiantį teoriją ir praktiką, leidžiančius jiems užsiimti tam tikra profesija, tačiau taip pat suteikia jiems galimybę tobulėti ir grįžti į išsilavinimą ir mokymą, kad galėtų tobulinti ir papildyti savo įgūdžius, taip pat paremti juos, nusprendus pasirinkti entrepreneurio (verslininko) ar savarankiškai dirbančio asmens kelią.

Profesinis „gastro-gido“ standartas sukurtas kaip pagrindas, struktūrizuojantis „GASTRO-GIDO“ kursą, sukurtą pagal projektą. Tai yra išsamių dokumentų ir tyrimų, skirtų dabartinei situacijai projekto partnerių šalyse nustatyti, rezultatas, apibūdinantis gastro-gidų mokymo poreikius. Todėl standartą sudaro šis dokumentas ir išsami gastro-gido mokymo kurso programa, kuri yra pateikta atskirame priede, kad mokymo teikėjai ir besimokantys galėtų lengviau su ja susipažinti.

Toliau partneriai patys tobulino mokymo turinį iš 5 mokymo modulių, kurių kiekvienas numato specifinių kompetencijų įgijimą. Gastro-gido mokymo kursas susideda iš šių mokymo modulių:

- 1) Turizmo ir svetingumo pagrindai
- 2) Gastronominio turizmo identitetas ir kontekstas
- 3) Entrepreneurystė agro-gastro turizme
- 4) Pristatymo ir bendravimo įgūdžiai
- 5) Koučingas ir mentorystė

Profesinis standartas yra kurso užbaigimas, suteikiantis bendrą pagrindą, kuriame mokymas turi būti įgyvendintas. Tiek standartas, tiek mokymo programa, tiek mokymo medžiaga yra parengti anglų kalba, o vėliau išversti į projekto partnerių kalbas. Gali būti, kad sukurta sistema skiriasi įvairiose šalyse partnerėse, atsižvelgiant į tai, kad kai kurie

mokymosi rezultatų vienetai (*angl. “ULO - Units of Learning Outcomes”*) jau yra įtraukti į šalies privalomas formaliojo švietimo sistemos mokymo programas (pvz., Turistų gido), todėl ją galima pritaikyti kiekvienai šaliai ir situacijai. Jis gali būti papildytas papildomais ir (arba) pasirenkamais mokymosi rezultatų vienetais (ULO), atitinkamiems mokymo moduliams, kurie yra privalomi pagal profesinio mokymo sistemą ir šalių partnerių teisės aktus.

Mokymo kursas parengs besimokančiuosius atlikti technines, pedagogines ir vadybines veiklas, remiant vietos plėtrą kaimo vietovėse, viešinant ir skatinant vietos gyventojus, dirbančius žemės ūkio maisto produktų gamybos ir paslaugų srityje. Kurso tikslas – suteikti absolventams reikiamų žinių ir įgūdžių svetingumo sektoriuje, taip pat padėti jiems įgyti reikiamų asmeninių ir minkštųjų įgūdžių bei integruotų vadybinių įgūdžių.

II. Profesinis standartas

Profesinio standarto pavadinimas (anglų ir partnerių kalbomis):	
<i>Anglų</i>	Gastro-Guide
<i>Bulgarų</i>	Гастро-гид
<i>Ispanų</i>	Gastro-Guía
<i>Lietuvių</i>	Gastro-gidas
<i>Italų</i>	Gastro-guida
<i>Lenkų</i>	Gastro-Przewodnik
<i>Graikų</i>	Γάστρο-οδηγός
Trumpas aprašymas:	
Gastro-gidai (GG) yra ekspertai, kurie remis vietos bendruomenių vystymąsi ir prisidės prie kaimo tvarumo per švietimą ir žemės ūkio maisto produktų bei gastronomijos skatinimą. Gastro-gidai – tai profesionalai, padedantys vietiniams kaimo gyventojams perteikti savo žinias atvykstantiems, kad jie geriau sutiktų turistus, mokydami juos priimti lankytojus. Gastro-gidas skatina vietinius kaimo gyventojus būti iniciatyvius gaminant rankų darbo maistą, renovuojant senus namus ir siūlant nakvynę svečiams, padedant jiems būti kūrybiškiems, pavyzdžiui rankomis lipdant keramikos dirbinius ir pan. Iš vienos pusės gastro-gidas moko vietinius kaimynus, iš kitos pusės jis moko lankytojus apie kaimo kultūrą, gastronomiją, vietinius maisto produktus ir t.t. GG daro savo mažą kaimą didaktine mokymosi ir eksperimentavimo erdve maitinimo įstaigų darbuotojams, maisto gamybos įmonėms ir įvairaus amžiaus žmonėms, besidomintiems gastronomija.	
Profesinio standarto vieta tarptautinėse klasifikacijos sistemose:	
EKS lygmuo:	EKS 3 lygis
Profesinė sritis ir sektoriai:	Svetingumas ir turizmas Viešbučių, restoranų ir maitinimo sektorius Žemės ūkio maisto produktų gamyba
ISCED ⁵ :	ISCED-F 2013: 1015 Kelionės, turizmas ir laisvalaikis
ISCO nuoroda:	ISCO 08: 5113 Kelionių vadovai (gidai)

⁵ ISCED-F 2013

ESCO nuoroda:	ESCO: 5113 Kelionių vadovai (gidai)
Nuoroda į partnerių NKS:	
<i>Bulgarija, Ispanija, Lietuva, Italija, Lenkija, Graikija</i>	NQF 3 (II level of professional qualification) /4 (III level of professional qualification)
Siūloma trukmė:	
<i>Mokymo programos kūrimas, atsižvelgiant į formaliojo profesinio mokymo ir įteisinimo sistemą</i>	
Siūloma gastro-gido mokymų trukmė yra susieta su mokymo programoje numatytu studijų valandų krūviu. Tačiau tam tikras studijų valandų skaičius nėra priskiriamas profesiniam standartui atsižvelgiant į tai, kad būtų galima jas įgyti skirtinguose mokymosi/ darbo kontekstuose (ir tai leistų pripažinti, patvirtinti studijų rezultatų vienetus, sudarančius mokymo kursą).	
Stojimo reikalavimai besimokantiems:	
<i>Minimalus išsilavinimas / kvalifikacijos lygmuo (pagal partnerių šalių įstatymus)</i>	
<i>Bulgarija</i>	EKS 2/3: - baigtas pradinis išsilavinimas - studentams; - baigtas pirmasis vidurinės mokyklos etapas ir įgytas pirmasis profesinės kvalifikacijos laipsnis - studentams; - baigta XI klasė ir įgytas antrasis profesinės kvalifikacijos laipsnis - studentams; - įgyta teisė laikyti valstybinius brandos egzaminus arba įgytas vidurinis išsilavinimas - asmenims nuo 16 metų
<i>Ispanija</i>	EKS 4: privalomojo vidurinio išsilavinimo pažymėjimas arba atitinkama teisė
<i>Lietuva</i>	EKS 2/3: - baigtas pradinis išsilavinimas; - baigtas pagrindinis išsilavinimas. • Vykdam <i>pirminį</i> profesinį mokymą asmeniui iki 16 metų, neturinčiam pagrindinio išsilavinimo, turi būti

	sudarytos sąlygos mokytis pagal pagrindinio ugdymo programą (jei taikoma). <i>Tęstinio</i> profesinio mokymo metu asmens ankstesnio išsilavinimo pasiekimai pripažįstami švietimo ir mokslo ministro nustatyta tvarka.
<i>Italija</i>	EKS 4: vidurinio išsilavinimo diplomo pažymėjimas arba atitinkama teisė.
<i>Lenkija</i>	EKS 3: Profesinę kvalifikaciją patvirtinančio diplomo turėjimas: baigus pagrindinę profesinę mokyklą arba baigus pirmosios pakopos aukštesniąją vidurinę prekybos mokyklą arba įvykdžius 1991 m. rugsėjo 7 d. Švietimo sistemos įstatymo 10 str., 3 skirsnio, 2 punkto (b) papunkčio sąlygas – ir išlaikius tam tikros profesijos kvalifikaciją patvirtinančius egzaminus.
<i>Graikija</i>	EKS 4: privalomojo vidurinio išsilavinimo pažymėjimas arba atitinkama teisė.
<i>Kiti reikalavimai (nustatyti projekto konsorciūmo)*</i> *Šiuos reikalavimus apibrėžia GASTRO-GIDO konsorciūmas, siekdamas, kad GG kurse galėtų dalyvauti didžiausias besimokančiųjų skaičius, turint omenyje interaktyvios edukacinės aplinkos (platformos) prieinamumą. Jie gali būti pritaikyti prie konkretaus konteksto, jei dėl to papildomai susitartų partneriai ar mokymo paslaugų teikėjai.	
Ankstesnis mokymas/ išsilavinimas:	Ankstesnis turistų gido arba susijusios specialybės (pvz., geografijos, kulinarijos ir gastronomijos, turizmo ir svetingumo ir kt.) išsilavinimas (neprivaloma)
Minimalus amžius:	16 metų <i>Minimalus kandidatų amžius gali skirtis atsižvelgiant į šalių partnerių nacionalinius teisės aktus ir konkrečius mokymosi būdus</i> <i>*min. 16 metų</i>

Kalba:	Gastro-gido mokymai yra sukurti anglų kalba ir išversti į visas projekto partnerių kalbas, kad būtų teikiami ir valstybine kalba. Taigi, užsienio kalbos reikalavimai nenumatyti.
<i>Kiti reikalavimai pagal šalies teisės aktų specifiką</i>	
+ papildomi reikalavimai priklausomai nuo šalies (dokumentai, sertifikatai ir sveikatos ataskaitos ir kt. – jei yra)	
Sėkmingai baigus mokymus išduodami dokumentai:	
<i>Dokumentai, išduodami sėkmingai maigus mokymus:</i>	
<i>Bulgarija</i>	- Profesijos dalies pažymėjimas (greičiausiai turistų gido) - Europass sertifikatas (išduodamas mokymus vykdančios institucijos(-ų))
<i>Ispanija</i>	- Profesijos dalies pažymėjimas (greičiausiai turistų gido) - Europass sertifikatas (išduodamas mokymus vykdančios institucijos(-ų))
<i>Lietuva</i>	- Profesijos dalies pažymėjimas (greičiausiai turistų gido) - Europass sertifikatas (išduodamas mokymus vykdančios institucijos(-ų))
<i>Italija</i>	- Dalyvavimo pažymėjimas
<i>Lenkija</i>	- Profesijos dalies pažymėjimas (greičiausiai turistų gido) - Europass sertifikatas (išduodamas mokymus vykdančios institucijos(-ų))
<i>Graikija</i>	- Profesijos dalies pažymėjimas (greičiausiai turistų gido)

III. Apibrėžimai ir prielaidos

Projekto GASTRO-GIDAS tikslais **profesinis standartas** apibrėžiamas kaip *kompleksinis mokymosi rezultatų (angl. Learning outcomes - LOs) rinkinys, sukurtas pagal profesines kompetencijas ir joms formuoti reikalingas bendrąsias žinias ir įgūdžius, sugrupuotas į atskirus mokymosi rezultatų vienetus (ULO)).* Kiekvienas mokymosi rezultatų vienetas yra viso profesinio standarto dalis, kurią galima nepriklausomai įvertinti arba patvirtinti.

Šiuo metu galiojantis „**mokymosi rezultatų**“ apibrėžimas, pateiktas 2017 m. gegužės 22 d. Tarybos rekomendacijoje dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos ir panaikinamojoje 2008 m. balandžio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos rekomendaciją dėl Europos kvalifikacijų sąrangos sukūrimo visą gyvenimą trunkančiam mokymuisi. Rekomendacijose mokymosi rezultatai apibūdinami kaip „**teiginiai apie tai, ką besimokantysis žino, supranta ir gali daryti baigęs mokymosi procesą, kurie apibrėžiami žiniomis, įgūdžiais ir atsakomybe bei savarankiškumu**“⁶. Šis apibrėžimas keičiasi nuo ankstesniojo pateikto 2008 m. balandžio 23 d. Taryboje dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos sukūrimo, kur trečiasis LO elementas (išskyrus žinias ir įgūdžius) buvo **kompetencija**.

Į EKS įtrauktas aprašymas, reprezentuojantis **atsakomybę ir savarankiškumą**, reiškia *besimokančiojo gebėjimą savarankiškai ir atsakingai taikyti žinias ir įgūdžius*. Be to, kompetencijos prasmė orientuota į įrodytą gebėjimą panaudoti ne tik mokymosi proceso metu įgytas žinias ir įgūdžius, bet ir asmeninius, socialinius ir kitus gebėjimus realiose gyvenimo situacijose ir darbe. CEDEFOP⁷ **kompetenciją** interpretuoja kaip *realiai pasiektus mokymosi rezultatus, patvirtintus besimokančiojo gebėjimu savarankiškai taikyti žinias ir įgūdžius praktikoje, visuomenėje ir darbe*⁸.

⁶ 2017 m. gegužės 22 d. Tarybos rekomendacija dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos ir panaikinanti 2008 m. balandžio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos rekomendacija dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos sukūrimo.

⁷ Europos profesinio mokymo plėtros centras (angl. European Centre for the Development of Vocational Training), <https://www.cedefop.europa.eu/bg/about-cedefop>

⁸ Cedefop (2017). Mokymosi rezultatų apibrėžimas, rašymas ir taikymas: Europos vadovas (angl. Defining, writing and applying learning outcomes: a European handbook).

Nepaisant to, „gastro-gidui“ sukurtas profesinis standartas bus aprašytas atsižvelgiant į mokymosi rezultatus ir atskirus elementus (žinias, įgūdžius ir kompetencijas). Štai kodėl GASTRO-GIDO projekto kontekste bus taikomi šie apibrėžimai, vadovaujantis bendru terminų supratimu tarp projekto partnerių:

2017 m. gegužės 22 d. Tarybos rekomendacija dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos	GASTRO-GIDO projekto kontekste
Mokymosi rezultatai tai teiginiai apie tai, ką besimokantysis žino, supranta ir gali daryti baigęs mokymosi procesą, kurie apibrėžiami žiniomis, įgūdžiais ir atsakomybe bei savarankiškumu.	Mokymosi rezultatai yra skirti kaip pagrindinės realizacijos / pagrindinės pasiektos užduotys, kuriose besimokantysis parodo įgytų žinių, įgūdžių ir kompetencijos rinkinį.
Žinios – tai informacijos įsisavinimo mokymosi metu rezultatas. Žinios – tai faktų, principų, teorijų ir praktikų visuma, susijusi su darbo ar studijų sritimi. EKS kontekste žinios apibūdinamos kaip teorinės ir (arba) faktinės.	Žinios apibūdinamos pagal tai, ką mokinys žino / yra susipažinęs ir supranta.
Įgūdžiai reiškia gebėjimą pritaikyti žinias ir panaudoti jas atliekant užduotis ir sprendžiant problemas. EKS kontekste įgūdžiai apibūdinami kaip kognityviniai (apima loginio, intuityvaus ir kūrybingo mąstymo naudojimą) arba praktiniai (susiję su rankų miklumu ir metodų, medžiagų, įrankių ir instrumentų naudojimu).	Įgūdžiai apibūdinami pagal tai, ką mokinys gali padaryti.
Kompetencija – tai įrodytas gebėjimas panaudoti žinias, įgūdžius ir asmeninius, socialinius ir (arba) metodinius gebėjimus darbo ar studijų situacijose bei profesiniame ir asmeniniame tobulėjime.	Kompetencijos apibūdinamos atsižvelgiant į tai, už ką besimokantysis yra atsakingas / prižiūri.

GASTRO-GIDO projekto tikslais **mokymosi rezultatams** apibrėžti buvo nuspręsta naudoti tokią struktūrą:

- žinioms apibūdinti naudoti frazę „besimokantysis žino / yra susipažinęs ir supranta...“
- įgūdžiams apibūdinti naudoti frazę „mokinys geba...“
- apibūdinti kompetencijas, kalbant apie atsakomybę ir savarankiškumą, naudoti frazę „besimokantysis yra atsakingas už/ prižiūri/ vykdo...“ + savarankiškai/ komandoje...

LO yra sugrupuoti į **mokymosi rezultatų vienetus** (*angl. Units of learning outcomes - ULO*). Projekto GASTRO-GIDAS kontekste mokymosi rezultatų vienetas suprantamas kaip *profesinio standarto komponentas, susidedantis iš nuoseklaus žinių, įgūdžių ir kompetencijų rinkinio, kurį galima individualiai įvertinti ir patvirtinti*.

Kadangi reikia suprasti skirtumą tarp numatomų mokymosi rezultatų (siekiamas mokymosi rezultatas, siekiant sėkmingo tam tikros profesijos veiklos) ir efektyvių pasiektų mokymosi rezultatų (mokymosi rezultatai, faktiškai pasiekti po mokymosi proceso), kuriuos būtų galima išmatuoti ir įvertinti, GASTRO-GIDO projekto kontekste **mokymosi rezultatų vieneta** sudaro komponentų rinkinys, apimantis ne tik numatomų mokymosi rezultatų, susijusių su žiniomis, įgūdžiais ir kompetencija, aprašymą, bet ir jų siekimo priemonių bei kriterijų įvertinimą. Tuo tikslu kiekvienas ULO yra susietas su atitinkamomis **vertinimo priemonėmis** ir **veiklos kriterijais**, kurie yra išmatuojami, stebimi ir teikia kokybinę ir kiekybinę informaciją apie veiklos rezultatus, pagrįstą realiomis darbo situacijomis. Išsamios vertinimo procedūros, kriterijai ir priemonės pateikiamos toliau mokymo turinio prieduose (mokymo moduluose). Mokymosi rezultatų vieneto komponentai, kartu su vertinimo priemonėmis, leidžia palyginti numatomus mokymosi rezultatus su pasiektais mokymosi rezultatais ir žinoti, koku mastu mokymosi rezultatai buvo pasiekti.

Atsižvelgiant į tai, kad mokymosi rezultatai yra neformaliojo ir savaiminio mokymosi pripažinimo ir patvirtinimo atskaitos taškas, dėmesys turėtų būti skiriamas siekiamam mokymuisi įgyti, o ne atitinkamam laikui, kuris reikalingas mokymui⁹. Štai kodėl mokymo

⁹ https://www.cedefop.europa.eu/files/4156_en.pdf

trukmė nenurodyta šiame profesiniame standarte, atsižvelgiant į mokymosi / studijų valandų darbo krūvį, bet toliau plėtojama mokymo programoje, atsižvelgiant į įvairias mokymo schemas ir mokymosi kontekstą.

IV. EKS lygmens apibrėžimas

Apibrėžiant tikslų naujojo profesinio standarto EKS lygmenį, susijusį su šalių partnerių NKS, buvo tiriama ir analizuojama EKS lygmenų – 3 ir 4 – specifika, siekiant pasirinkti tą, kuris geriausiai atitinka gastro-gido standarto tikslus, atsižvelgiant į šalies specifiką ir kontekstą.

Esminiai įgūdžiai ir kompetencijos	Esminės/pasirenkamos žinios	Pasirenkami įgūdžiai ir kompetencijos
<i>sukurti turizmo tiekėjų tinklą</i>	<i>vietos geografija</i>	<i>konsultuoti gamtosaugos klausimais</i>
<i>vykdyti švietėjišką veiklą</i>	<i>informacija apie lankytinas vietas</i>	<i>taikyti užsienio kalbas turizme</i>
<i>šviesti darnaus turizmo tema</i>	<i>ekoturizmas</i>	<i>demonstruoti tarpkultūrines kompetencijas svetingumo paslaugų srityje</i>
<i>kurti problemų sprendimus</i>	<i>turizmo poveikis aplinkai</i>	<i>platinti vietinę informacinę medžiagą</i>
<i>užtikrinti lankytojų sveikatą ir saugumą</i>	<i>gyvūnų rūšys</i>	<i>nustatyti augalų savybes</i>
<i>įtraukti vietos bendruomenes į saugomų gamtos teritorijų valdymą / vietos išteklių išsaugojimą</i>	<i>turizmui svarbios geografinės vietovės</i>	<i>įkvėpti entuziazmo gamtai</i>
<i>palydėti lankytojus į lankytinas vietas</i>	<i>vietinio turizmo pramonė</i>	<i>palaikyti santykius su tiekėjais</i>
<i>Pateikti lankytojų informaciją</i>	<i>gamtos teritorijų priežiūra</i>	<i>skatinti rekreacinę veiklą</i>
<i>stebėti lankytojų keliones</i>	<i>augalų rūšys</i>	<i>teikti informaciją apie turizmą</i>
<i>informuoti lankytojus kelionių vietose</i>	<i>turizmo rinka</i>	<i>sutikti ekskursijų grupes</i>



<i>palaikyti klientų aptarnavimą</i>	<i>turizmo sektoriaus politika</i>	<i>kalbėti skirtingomis kalbomis</i>
<i>valdyti turistų grupes</i>	<i>rinkodaros derinys</i>	<i>remti vietos ekonomiką</i>
<i>remti vietinį turizmą</i>	<i>rinkodaros principai</i>	
<i>parinkti lankytojų maršrutus</i>	<i>planuoti skaitmeninę rinkodarą</i>	
<i>mokyti gidus</i>	<i>rinkodara ir reklama</i>	
<i>naudoti skirtingus komunikacijos kanalus</i>	<i>vykdyti rinkodaros planą</i>	
<i>taikyti skirtingas mokymo strategijas</i>	<i>planuoti rinkodaros strategiją</i>	
<i>parengti pedagoginę koncepciją</i>	<i>suaugusiųjų švietimas</i>	
<i>naudoti pedagogines strategijas</i>	<i>verslumas (entrepenerystė)</i>	
<i>nustatyti galimybes / parodyti verslumą (entrepenerystę)</i>		
<i>nustatyti naujas verslo galimybes</i>		

V. Darbo aplinka ir sąlygos

Šiame skyriuje aprašysime gastro-gido darbo aplinką bendruoju atveju, sutelkdami dėmesį į kelis skirtingus aspektus:

➤ *Darbo sąlygos (apšvietimas, triukšmas, oro kondicionavimas)*

Įprastos gastro-gido darbo sąlygos yra šios:

- įgyvendinti įvairias veiklas patalpose (biure, agentūroje, dirbant iš namų ir kt.), taip pat lauke (lankyti vietinius žmones, verslus, nukreipti, patarti ir apmokyti bendruomenes; organizuoti ir vesti keliones bei turistinius vizitus/ekskursijas regione ir kt.);
- daug keliauti įvairiomis transporto priemonėmis;
- dažnai dirbti lauke, kartais nepalankiomis oro sąlygomis (karštas/šaltas oras, lietus, sniegas ir pan.);
- susidurti su iššūkiais, reikalaujančiais geros sveikatos ir fizinės formos (ilgos kelionės, sunkus reljefas, reikalaujantis lipti laiptais, skardžiais, tyrinėti ūkius/laukus ir pan.);
- dirbti dažniausiai tolimose vietovėse (kaime, kaimuose), kartais su ribotu ryšiu ir pan.

➤ *Įvairios darbo sritys (darbas su duomenimis, žmonėmis ir įrenginiais)*

Gastro-gidas paprastai dirba įvairiose srityse ir aplinkose, todėl jam reikia plataus kompetencijų lauko. Pavyzdžiui, jis/ji turėtų:

- dirbti su daugybe žmonių – vietiniais ir atvykėliais, įstaigų, organizacijų atstovais, kitais;
- rinkti, naudoti ir analizuoti didelius duomenų ir informacijos kiekius;
- naudoti mašinas (įrenginius) savo užduotims įgyvendinti ir pan.

Dėl to gastro-gidas atsiduria įvairiuose pavojuose, kuriuos jis/ji turi suprasti ir sumažinti, pavyzdžiui, pavojus sveikatai:

- susitikimas ir darbas su daugybe žmonių gali baigtis: ligų plitimu, agresijos aktais, dideliu streso lygiu ir pan.
- daug keliaujant ir naudojant įvairias transporto priemones, padidėja kelių eismo įvykių rizika;
- naudojant IKT technologijas duomenims rinkti, apdoroti ir analizuoti, kyla duomenų pažeidimo ir kitų su mašina (įranga) susijusių incidentų, tokių kaip elektros smūgis, rizika.

Tokiais ar panašiais atvejais gastro-gidas turėtų suprasti ir taikyti sveikatos ir saugos taisykles bei principus; bendravimo ir konfliktų sprendimo įgūdžius, streso valdymo įgūdžius ir kt.

➤ *Galimybės dirbti individualiai arba komandoje*

Gastro-gido darbas gali būti organizuojamas savarankiškai ir atliekamas individualiai (jei esate laisvai samdomas darbuotojas ar nepriklausomas paslaugas teikiantis ekspertas), taip pat komandoje su kitais specialistais (suformuojant įvairių kompetencijų ekspertų komandą konkrečiam projektui įgyvendinti teritorijoje arba bendradarbiaujant su kitais gastro-gidais), arba kaip darbuotojas įmonėje (pavyzdžiui, kelionių agentūroje ar kelionių organizavimo organizacijoje, kur gastro-gidas dirba plėtojant tam tikrą regioną / paskirties vietą).

Darbo aplinką turi apibrėžti pats gastro-gidas arba ji gali būti koreguojama pagal užduočių, kurias reikia įgyvendinti, pobūdį, t.y. dirbti vienam planuojant, kuriant strategijas, ruošiant mokymus ir dirbant komandomis organizuojant mokymus, renginius, festivalius ir kt.

➤ *Profesinės ligos ir nelaimingi atsitikimai*

Kaip ir visi specialistai, gastro-gidai nėra apsaugoti nuo profesinių ligų ar nelaimingų atsitikimų. Kadangi profesinis standartas yra naujas, nėra surinkta duomenų apie dažniausiai pasitaikančias ligas ar nelaimingus atsitikimus, tačiau yra keletas pavojų (kaip minėta aukščiau), kuriuos reikia atidžiai stebėti ir kontroliuoti, pavyzdžiui: lėtinis stresas darbo vietoje, sužalojimų rizika, susijusi su kelionėmis ar kirtimu kietoje vietovėje; infekcijų rizika ir kt.

VI. Metodinis požiūris

Naujas gastro-gido profesinis standartas ir ypač mokymo kursai yra sukurti siekiant tolesnio tarptautinio įgyvendinimo. Dėl tos priežasties jis buvo sukurtas mokymosi rezultatų vienetų principu, kuris yra vienas iš svarbiausių ECVET techninių komponentų ECVET įgyvendinimo prasme. ECVET¹⁰ reikalauja, kad ne tik kvalifikacijos būtų apibūdintos kaip mokymosi rezultatai, bet ir mokymosi rezultatai būtų sugrupuoti į išmatuojamus ir įvertinamus vienetus. Tuo tikslu, profesinio standarto kūrimo metodika buvo vykdoma šiais pagrindiniais žingsniais:

A. Standarto numatomų mokymosi rezultatų identifikavimas

Pirmasis žingsnis buvo **nustatyti numatomus kurso mokymosi rezultatus**. Visa standarto mokymo struktūra buvo aprašyta kaip mokymosi rezultatai, vadovaujantis vienu iš pagrindinių ECVET įgyvendinimo principų.

Tai darant buvo laikomasi šių principų:

- Mokymosi rezultatai turėtų būti aiškiai nustatyti ir aprašyti pagal bendrą sąvokų sistemą, kad būtų galima abipusiškai suprasti kvalifikaciją;
- Ypatingą dėmesį skiriant LO pavadinimui, siekiant užtikrinti jo pripažinimą atitinkamose suinteresuotose šalyse, vienodumą vertinant ir sertifikuojant;
- Orientuotis į rezultatus, kurių iš tikrųjų reikalauja verslas ir užtikrina sklandų įsiliejimą į darbo rinką, atspindintį ne mokymo turinį, o laukiamus besimokančiojo rezultatus realiose darbo situacijose;
- Užtikrinti, kad numatyti mokymosi rezultatai mokymo vienetuose būtų pasiekti nepaisant to, kur ir kaip jie buvo pasiekti (formaliojo ar neformaliojo mokymo, studijų, darbo ir kt. metu), vadovaujantis Europos Parlamento ir Tarybos 2007 m. 2009 m. birželio 18 d. Rekomendacijomis dėl Europos profesinio mokymo kreditų sistemos sukūrimo.

¹⁰ Europos profesinio mokymo kreditų sistema (angl. European credit system for vocational education and training); <https://www.cedefop.europa.eu/en/events-and-projects/projects/european-credit-system-vocational-education-and-training-ecvet>



- Kadangi mokymosi rezultatai yra teiginiai, išreiškiantys pagrindinę darbo veiklą / užduotis, kurias besimokantysis turi atlikti, kad įrodytų konkrečią kompetenciją, jie išreiškiami paprastu, trumpu ir objektyviu teiginiu, pradedant veiksmo veiksmažodžiu, nurodančiu pagrindinę darbo užduotį, kurią mokinys turi atlikti, sujungtas infinityvu.

B. Mokymosi rezultatų vienetų (ULO) identifikavimas

Antrasis veiksmas buvo **sugrupuoti** mokymosi rezultatus į **vienetus** ir **apibrėžti** mokymosi rezultatų vienetų, sudarančius kursą.

Tai darant buvo laikomasi šių principų:

- ULO yra sukurti kaip pagrindinės LO grupės (klasteriai), papildančios viena kitą ir atsižvelgiant į žinių, įgūdžių ir kompetencijų, susijusių su kiekvienu LO, nuoseklumą, tarpusavio ryšį, abipusiškumą ir tarpusavio priklausomybę;
- ULO pavadinimas sukurtas taip, kad būtų kuo trumpesnis ir atspindėtų mokymosi rezultato(-ų) svarbą darbo rinkai, atspindintis bendruosius mokymosi rezultatus, esančius skyriuje, o ne sutelkiant dėmesį tik į kai kuriuos iš jų;
- Kiekvienas LO vienetas apima visus reikalingus LO (ne tik technines ir metodines žinias, įgūdžius ir kompetencijas, bet ir nuostatas bei kitas profesiniam standartui svarbias socialines, asmenines ir skersines kompetencijas);
- Jie sukurti taip, kad vieną ULO būtų galima pasiekti nepriklausomai nuo kitų LO vienetų (kiek tai įmanoma), kad besimokančiajam būtų galima įgyti kvalifikaciją sukaupus reikiamus vienetų, pasiektus skirtingose šalyse ir skirtinguose kontekstuose (formaliajame ir jei reikia, neformaliajame ir savaiminiame), laikantis nacionalinių teisės aktų, susijusių su vienetų kaupimu ir mokymosi rezultatų pripažinimu;
- Jie suformuluoti aiškiai ir suprantamai visoms suinteresuotosioms šalims (nacionalinėms ir regioninėms institucijoms, socialiniams partneriams, švietimo ir

mokymo įstaigų atstovams, mokytojams, instruktoriams, besimokantiejiems ir kt.) ir leidžia juos „valdyti“ visiems mokymo procese dalyvaujantiems veikėjams;

- Jie yra tinkami profesiniam mokymui ir gali būti įgyti kitoje aplinkoje ir skirtinguose švietimo ir mokymo kontekstuose (profesinių mokyklų studentams, suaugusiems besimokantiejiems, mokymuisi darbo vietoje, pameistrystės programoms ir mobilumui) ir gali būti vertinami ir pripažįstami individualiai;
- ULO yra apibūdinami atsižvelgiant į profesinę veiklą ir pagrindines technines užduotis gastro-gidams, užtikrinant, kad įgiję visus ULO absolventai galės efektyviai atlikti visas profesiniame standarte nurodytas darbo veiklas ir užduotis.

C. Mokymosi rezultatų vertinimo kriterijų nustatymas

Turėdami visus išvardytus standartą sudarančius ULO, turime nustatyti konkrečius išmatuojamus teiginius, apibrėžiančius našumą, reikalingą mokymosi rezultatams pasiekti. Projekto „GASTRO-GIDAS“ kontekste naudojame veiklos kriterijus, kurie apibrėžia ir paaiškina veiklos lygį ir kokybę, būtiną mokymosi rezultato reikalavimams patenkinti. Jie naudojami kaip priemonių, kuriomis besimokantysis sieks patenkinamo mokymosi rezultato, rodikliai.

Veiklos kriterijai apibrėžia ir nurodo lygį, kurį besimokantysis turi pasiekti, kad parodytų, jog mokymosi rezultatas yra įgytas ir darbo užduotį/veiksmą galima atlikti realioje darbo situacijoje. Jie atspindi platų priimtinos veiklos kriterijų, todėl atitinka vertinimo kriterijus ir vertinimo standartus, nurodančius, kas turi būti vertinama ir koks yra reikalingas veiklos lygis.

Svarbu pažymėti, kad veiklos kriterijai nėra vertinami kaip vertinimo kriterijai ar vertinimo priemonės/standartai. Jie nenurodo metodų, priemonių ar vertinimo specifikacijų, todėl įvairūs profesinio standarto naudotojai (profesinio mokymo teikėjai) gali nustatyti metodus ir priemones, kurie tam tikrame kontekste yra tinkamiausi. Dėl šios priežasties šie metodai ir priemonės siūlomi kaip neprivalomi profesiniame standarte.

D. Mokymosi rezultatų vienetų vertinimas

Vertinimas – tai veiklos rezultatų kriterijų pasiekimo įrodymų/įrodymų rinkimas ir sprendimų, ar kompetencija įgyta, priėmimas. Tai patvirtina, ar besimokantysis gali veikti pagal profesinio standarto vertinimo kriterijus ir apibrėžtus standartus.

Veiklos kriterijų įrodymas – tai surinkta informacija, kuri, suderinta su vertinimo standartų reikalavimais, įrodo įgytą kompetenciją. Įrodymai gali būti skirtingos formos ir gali būti renkami skirtingais metodais, ir iš skirtingų šaltinių. Apskritai galima išskirti tiesioginius, netiesioginius ar papildomus įrodymus:

Tiesioginiai įrodymai	- Tiesioginis stebėjimas - Apklausa žodžiu - Konkrečių įgūdžių demonstravimas
Netiesioginiai įrodymai	- Galutinio produkto savybių įvertinimas - Ankstesnių atliktų darbų apžvalga - Žinių pagrindimo testai raštu
Papildomi įrodymai	- Vertintojų ataskaitos - Darbo dienoraštis arba žurnalas - Ataskaitų ar darbo dokumentų pavyzdžiai

Taip pat yra įvairių galimų vertinimo metodų, kuriuos vertintojas gali pasirinkti pagal specifinius veiklos kriterijus, kuriems reikalingi įrodymai. Štai keletas pavyzdžių:

Stebėjimas – reali darbo veikla darbo vietoje (praktinis besimokančiojo stebėjimas darbo aplinkoje)

Produktų apžvalga - darbo pavyzdžiai/ produktai

Apklausa - įsivertinimo forma, interviu, anketa raštu

Portfelis – nuorodos, darbo pavyzdžiai / produktai, mokymo įrašas, įvertinimo įrašas, žurnalas / darbo dienoraštis / žurnalas, gyvenimo patirties informacija

Trečiųjų šalių atsiliepimai – pokalbiai su darbdaviu, vadovu, kolegomis arba jų dokumentacija

Struktūrinė veikla – projektas, pristatymas, demonstracija, progresyvios užduotys, modeliavimo pratimai, pvz., vaidmenų žaidimai.

Vertinimo priemonės parenkamos remiantis pasirinktu vertinimo metodu ir tai yra dokumentas/ medžiaga, kurioje yra ir priemonės, ir gairės/instrukcijos, reikalingos įrodymams rinkti ir aiškinti.

Kaip nurodėme aukščiau, išsamius metodus, priemones ar vertinimo kriterijus turi nurodyti mokymo teikėjai. Čia kvalifikacijos standarte pateikiame tik pagrindines galimų vertinimo priemonių nuorodas, kurios, realiai įgyvendinant mokymo kursą, vertintojas galėtų naudoti arba modifikuoti atsižvelgdamas į pateikto konteksto specifiką.

Taigi, remdamiesi pritaikyta gastro-gido mokymo programa, projekto partneriai parengė veiklos kriterijų rinkinį, apibūdinantį studentą, puikiai baigusį gastro-gido mokymus. Jis atspindi maksimalų besimokančiojo kurso pasiekimų lygį pagal numatytus kiekvieno mokymo modulio mokymosi rezultatus.

Taigi, studentas, puikiai baigęs gastro-gido kursą, demonstruos:

- gilesnes žinias ir supratimą apie turizmo ir svetingumo pramonės pagrindus, įskaitant: gebėjimą apibrėžti ir klasifikuoti turizmą, lankytinas vietas ir traukos taškus; gebės suprasti, paaiškinti turizmo paklausos ir pasiūlos sampratą; apibrėžti ir paaiškinti turistų apgyvendinimo produktus ir svetingumo paslaugas; apibrėžti ir klasifikuoti kaimo turizmą bei paaiškinti turizmo poveikį kaimo vietovėse; paaiškinti, kaip gastronomicinis turizmas, maisto turizmas, kulinarinis turizmas, darnusis turizmas, žemės ūkio turizmas dera su įvairių tipų lankytojų motyvacija ir paaiškinti šiuolaikines gastronomicinio turizmo formas bei jo ateities perspektyvas (M1);
- gilesnes žinias ir supratimą apie gastronomicinio turizmo tapatybę ir kontekstą, įskaitant: gebėjimą atpažinti ir paaiškinti gastronomicinę kultūrą ir suprasti gastronomicinio turizmo variklius; gebėjimą atlikti SSGG analizę ir pritaikyti ją vietinei gastronomijai; gebėjimą parengti strateginį plėtros planą ir jį pritaikyti vietos gastronomijai (M2);

- gilesnes žinias ir supratimą apie verslumo procesą žemės ūkio maisto turizmo srityje, įskaitant: gebėjimą vadovauti verslui, siekiant optimizuoti verslo praktikos poveikį aplinkai, kultūrai, vietos plėtrai ir gyvenimo kaimo politikai; gebėjimą analizuoti vietos verslininkų (entreprenerių) strategijas verslumo požiūriu; gebėjimą paaiškinti/išmokyti inovatyvios agro ir gastro turizmo idėjos įgyvendinimo planą; gebėjimą įsivaizduoti būsimą verslą ir parengti strategijas, tikslus, uždavinius ir veiksmų planus tam pasiekti (M3)
- gilesnes žinias apie tai, kaip panaudoti pristatymo ir bendravimo įgūdžius, reklamuojant vietovę, įskaitant: rinkodaros strategijų ir projektų, skirtų žemės ūkio maisto produktų grandinėms valorizuoti, kūrimą; gebėti užmegzti bendravimą, ugdant įgūdžius, siekiant sustiprinti patirtinį aspektą kaip patrauklų veiksnį, kad vietos lankytojas galėtų jaustis įtrauktas į tikrovės ir teritorijos pažinimo kelią (M4)
- gilesnį koučingo ir mentorystės supratimą, kaip sąvokos ir įvairių metodų taikymą, padedantį vietiniams gyventojams (M5).

Toliau GASTRO-GIDO projekto partneriai kiekvienam mokymo moduliui testų forma parengė klausimų rinkinį su daugybe atsakymų, kurie apibrėžia puikaus GG kurso studento standartą. Jie parengti pagal kiekvienam mokymo moduliui priimtus mokymosi rezultatų vienetų ir tuo pačiu atitinka aukščiau pateiktus veiklos kriterijų reikalavimus. Besimokančiųjų pasiekimai atliekant šiuos testus lems jų pasiekimų lygį. Atitinkamai, jei visi atsakymai yra teisingi, besimokantysis puikiai atlieka savo darbą ir visiškai atitinka gastro-gido profesinį standartą. Žemesni pažymiai (klaidingi atsakymai) reikš atitinkamai mažėjančią įvertinimą ir prastesnius rezultatus, o tai reiškia, kad reikia išmokti daugiau, kad būtų galima visiškai pasiekti numatytus mokymosi rezultatus, tam, kad atitikti gastro-gido profesinį standartą.

Projekto partneris nesiūlys parengtų testų rezultatų pozicionavimo skalės, nes ją reikia pritaikyti prie kiekvieno partnerio šalyje esamos vertinimo skalės. Be to, mokymo programoje siūlomos įvairios vertinimo priemonės, kurios taip pat gali būti naudojamos ir derinamos formuojant galutinį besimokančiojo įvertinimą gastro-gido kurse.

Taigi, turėdami testus kaip pagrindą (arba kaip maksimalų pasiekimų lygį, išmatuotą kiekvieno modulio pabaigoje), kursų teikėjai gali nuspręsti pakeisti vertinimo strategiją, kad ji atitiktų jų specifinį kontekstą bei reikalavimus.

Testai pateikti atskirame šio standarto priede – 1 priede.

VII. Darbo galimybės

PROFESIJOS APRAŠAS	
ŠALIS	Bulgarija / Graikija / Italija / Lietuva / Lenkija / Ispanija <i>(Galimybė išplėsti aprėptį į ES ir už jos ribų būtų įmanoma iš anksto išnagrinėjus tiek reguliavimo sistemą, tiek konkrečiai šaliai taikomus reikalavimus)</i>
DARBO PAVADINIMAS	Gastro-gidas
SEKTORIUS/ SPECIALIZACIJA	Turizmas / Svetingumas / Turistų gidas
ĮMONĖ	Visos kelionių agentūros ar turizmo įmonės samdo ar užsiima kitomis įdarbinimo formomis ar bendradarbiauja su turistų gidais. Gastro-gidai gali būti įdarbinti tokioje įmonėje ar organizacijoje, kuri parduoda turistines paslaugas. Kitas įmanomas variantas yra tas, kad gastro-gidai būtų savarankiškai dirbantys ekspertai ir specialistai, kurie vadovauja savo mažoms įmonėms arba teikia paslaugas pagal susitarimą / sutartį su trečiosiomis šalimis.
DEPARTMENTAS	Netaikoma (NA)
DARBO TIKSLAS (trumpas aprašymas)	Gastro-gidas yra atsakingas už įvairių turistinių objektų (vietai, renginių ir kt.) planavimą ir parinkimą, kad būtų galima suorganizuoti ir (arba) vadovauti ekskursijai, kurioje būtų pristatomos įdomios vietinės lankytinos vietos ir kitos būdingos gastrominio ir žemės ūkio turizmo ypatybės lankytojams. Identifikuoja ir taiko rinkodaros ir reklamos priemones bei mechanizmus regionui ir jo įdomybėms reklamuoti, didindamas informuotumą ir siūlydamas organizuotus apsilankymus bei turistinę patirtį. Visiškai suprasdami turistų/lankytojų poreikius, jie gali pasiūlyti tinkamas turistines programas, kad kuo geriau pristatytų regioną, maksimaliai padidintų turistų patirtį, suteiktų paramą ir pagalbą svečiams.

	Antroji pagrindinė gastro-gido pareiga – padėti vietiniam verslui, gamintojams ir kaimo vietovėje gyvenančiai bendruomenei, kad jų pragyvenimo šaltinis būtų pajamų šaltinis (verslas).
ATSKAITOMYBĖ	Gastro-gidas atskaitingas darbdaviui (jei yra), kai jis/ji yra samdomas pagal darbo sutartį arba kaip išorės ekspertas/specialistas. Kai Gastro-gidas dirba savarankiškai, jam nereikia niekam atsiskaityti.
VALDYMAS (pavaldžios valdymo grandys)	Gastro-gidas vadovauja gastro-gidų padėjėjams, jei jie yra pasamdyti toje pačioje įmonėje/organizacijoje, bet dažniausiai kaip mentorius ir dėstytojas, arba tiesioginis vadovas. Kai gastro-gidas yra savininkas/vadovas (smulkaus verslo), jis/ji vadovauja savo personalui.
SUSIETUMAS (horizontalūs ryšiai)	Gastro-gidas yra gana nepriklausomas savo darbe, tačiau tuo pat metu užmezga ir palaiko (darbo/verslo) ryšius su daugybe skirtingų specialistų iš kitų darbo sričių. Šia prasme gastro-gidas yra susijęs su vietos verslu ir gyventojais, kelionių agentais, turistinės veiklos organizatoriais ir kt.
PAGRINDINĖS ATSAKOMYBĖS (pagrindinės veiklos)	Veikla paprastai apima: • organizuoti ir (arba) teikti edukaciją bei (arba) mokymą vietos gyventojams ir MVĮ dėl: smulkaus verslo, orientuoto į gastronomiją ir (arba) kaimo turizmą, steigimo ar plėtros; regionui būdingų augalų/maisto išsaugojimo; skatinti vietinių maisto produktų naudojimą restoranuose, siekiant išsaugoti kokybišką vietinę virtuvę; rekonstruoti senus namus ir siūlyti svečiams nakvynes, siekiant padidinti vietos pajamas ir sukurti turistinę infrastruktūrą kaime; skatinti kūrybiškumą ir kultūrinių išteklių tyrinėjimą, siekiant pritraukti lankytojus į vietovę, pvz. Rankų darbo gaminiai, suvenyrai ir kt.;

- remti vietinius gyventojus, teikiant asmeninį/grupinį orientavimą, kuravimą ar instruktavimą su verslu susijusioje veikloje ir klausimais, susijusiais su gastronomija ir kaimo turizmu regione;
- valdyti vietos turistinę prekės ženklą ir skatinti agroturizmą, vietinius produktus ir paslaugas;
- palaikyti nuolatinį bendravimą ir bendradarbiavimą su regionų valdžios institucijomis ir kitomis institucijomis;
- dirbti kuriant ir puoselėjant vietos bendruomenes, kurios skatina vietos socialinį-ekonominį gyvenimą;
- kurti ir (arba) palaikyti vietovės pristatymą internete: administruojant svetainę/tinklaraštį apie vietinę kultūrą, įskaitant produktus/paslaugas, kaimo vietoves/regiono gastronomiją, tradicijas, amatus ir kt.;
- veikti kaip vietiniam gastrominio ir/ar kaimo turizmo srities turistų gidui: kuriant ir reklamuojant turistinius ir rekreacinius pasiūlymus įvairioms gavėjų grupėms; įvairių renginių, festivalių, koncertų, konkursų, ritualų ir kt. organizavimą; kulinarinių, amatų ir kitų dirbtuvių organizavimą; konferencijų, seminarų ir mokymų organizavimą, kaip dalį gerosios praktikos;
- kita veikla, kuri reikalinga atsižvelgiant į vietos specifiką ir (arba) kontekstą, kuriuose veikia gastro-gidas.

PAGRINDINIAI ĮGŪDŽIAI IR KOMPETENCIJOS

(techniniai / specifiniai
įgūdžiai ir minkštieji
įgūdžiai, įgyti formaliaame,
neformaliajame ir
savaiminiame kontekste)

Techniniai/specifiniai įgūdžiai ir kompetencijos

- Gebėjimas apibrėžti turistines vietas ir lankytinas vietas;
- Gebėjimas suprasti turizmo pasiūlos ir paklausos problemas;
- Gebėjimas suprasti apgyvendinimo verslo veiklos problemas ir jo įvairovę;



- Gebėjimas apibrėžti kaimo turizmą ir suprasti kaimo turizmo infrastruktūros ir paslaugų reikalavimus;
- Gebėjimas apibrėžti gastronomicinį turizmą, jo formas ir agroturizmą;
- Gebėjimas apibrėžti gastronomicinio turizmo tvarumą;
- Gebėjimas atpažinti, kas yra gastracinė kultūra, mokėti ją apibrėžti ir išvardinti jos skyrius;
- Gebėjimas atlikti SSGG analizę ir pritaikyti ją vietinei gastronomijai;
- Gebėjimas parengti strateginį plėtros planą ir pritaikyti jį vietos gastronomijai;
- Gebėjimas analizuoti verslumo procesą žemės ūkio ir maisto produktų tema, kuriant kolektyvinius projektus;
- Gebėjimas suprasti ir nukreipti verslumo veiklas ir praktinį verslo poveikį aplinkai, kultūros, vietos plėtros ir gyvenimo kaimo politikai;
- Gebėjimas analizuoti vietos verslininkų strategijas verslumo požiūriu teorijoje ir praktikoje;
- Gebėjimas taikyti metodinius metodus aiškinant/mokant naujoviškos idėjos įgyvendinimo planą, kurio pagrindinė tema yra agro ir gastro turizmas;
- Gebėjimas įsivaizduoti verslo ateitį ir kurti strategijas, tikslus, uždavinius ir veiksmų planus jai pasiekti;
- Gebėjimas kurti rinkodaros strategijas ir projektus, skirtus žemės ūkio ir maisto produktų grandinėms valorizuoti;
- Gebėjimas sustiprinti patirtinį aspektą kaip patrauklų veiksnį, kuriame vietos lankytojas gali jaustis įtrauktas į tikrovės ir teritorijos pažinimo kelią;
- Gebėjimas suprasti koučingo ir mentorystės skirtumus bei procesus ir prireikus taikyti abu metodus.

	Minkštieji įgūdžiai: • Bendravimo ir bendradarbiavimo įgūdžiai • Organizaciniai gebėjimai • Verslus (entrepreneriškas) mąstymas • Mokymosi įgūdžiai ir savęs valdymas • Kritinis mąstymas • Problemų sprendimas • Etinė ir socialinė atsakomybė • IKT įgūdžiai
BŪTINA PATIRTIS (metai praleisti pareigybėje)	Kadangi profesinis standartas yra gana naujas, formalaus reikalavimo asmeniui turėti gastro-gido patirties nebus. Taigi, bet kokia kelionių vadovavimo patirtis galėtų būti laikoma privalumu, taip pat kita atitinkama patirtis dirbant kaimo vietovėje, mokant / vadovaujant gastronominio ir žemės ūkio turizmo srityje, teikiant paramą MVĮ, vietos verslui ir kt.
BŪTINAS IŠSILAVINIMAS/ MOKYMAS/ KVALIFIKACIJA	Atsižvelgiant į įvairiapusišką gastro-gido profilį: kaip vietinis gastro ir žemės ūkio turizmo ekspertas ir gidas, kaip regiono propaguotojas ir vietinių gyventojų mokytojas bei mentorius, įvairiose švietimo / kvalifikacijos srityse (arba jų derinyje), galėtų būti nustatytas kaip reikalavimas. Pastarasis priklausys nuo konkrečių užduočių, kurias gastro-gidui bus pavesta dirbti. Taigi, apskritai atitinkamas išsilavinimas / kvalifikacija turizmo / rinkodaros / verslo studijų ir t.t. srityje, EKS 3 lygmenyje, turėtų būti laikoma minimaliu reikalavimu siekiant šios pozicijos.
EKS LYGMUO (ar kiti europiniai standartai)	EKS 3
NACIONALINIS KVALIFIKACIJOS LYGMUO (NKS)	<i>Priklauso nuo šalių partnerių nacionalinių įstatymų</i>



KITI REIKALAVIMAI

Sąžiningumas, paslaugumas, atsakingumas. Gera psichinė ir fizinė sveikata (ištvermė, koordinacija, judrumas, dėmesys, koncentracija, sklandus kalbos mokėjimas ir kt.).

Užsienio kalba (dažniausiai anglų kalba) taip pat laikoma pagrindiniu pranašumu, leidžiančiu gastro-gidui vadovauti ir tarptautinių turistų grupėms.

VIII. Mokymosi programa su mokymosi rezultatais ir vertinimu

Modulio pavadinimas:		Mokymosi rezultatų sąsaja su EKS:	
1. TURIZMO IR SVETINGUMO PAGRINDAI		EKS 3 lygmuo	
		Siūlomi vertinimo metodai ir priemonės	Modulio santykinis svoris iš visos mokymo programos (%)
Mokymosi rezultatas 1	Apibrėžti ir klasifikuoti turizmą, kelionių tikslus (kryptis) ir lankytinas vietas	1 priemonė – įsivertinimo klausimynai. 2 priemonė – pristatymas pasirinkta tema (-omis) 3 priemonė – apklausa pasirinkta tema (-omis) 4 priemonė – rašytinė užduotis	20 %
Žinios	1. Žinoti turizmo rūšis. 2. Žinoti, kaip apibrėžti turistines vietas ir kaip vieta gali pritraukti turistus		
Ilgūdziai	1. Gebėti apibrėžti ir klasifikuoti turizmą 2. Gebėti apibrėžti lankytojų traukos objektus		
Kompetencija	1. Kelionės tikslo vietos suvokimas 2. Lankytojų traukos objektų žinomumas		
Mokymosi rezultatas 2	Paaiškinti turizmo paklausos sampratą ir tiekimą		

<i>Žinios</i>	1. Žinoti turistų tipus ir jų motyvacijos veiksnius 2. Žinoti turizmo pasiūlos komponentus 3. Žinoti, kaip atskiros įmonės žiūri į pasiūlą 4. Žinoti turizmo tiekimo grandinės reikšmę suvokiant, kaip turizmo verslas tenkina paklausą 5. Žinoti sąsajas tarp skirtingų turizmo elementų	(uždavinys) <i>pasirinkta tema (-omis)</i> 5 priemonė – <i>vertinimas pagal kriterijus</i> 6 priemonė – <i>žinių patikrinimas</i>	
<i>Igūdžiai</i>	1. Gebėti suprasti turizmo pasiūlos ir paklausos problemas.		
<i>Kompetencija</i>	1. Turizmo paklausos ir pasiūlos suvokimas ir kaip juos veikia įvairūs veiksniai		
Mokymosi rezultatas 3	<i>Apibrėžti ir paaiškinti turistų apgyvendinimo produktus ir svetingumo paslaugas</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti apgyvendinimo ir svetingumo paslaugų įvairovę. 2. Suprasti veiklos klausimus apgyvendinimo versle.		
<i>Igūdžiai</i>	1. Gebėti apibrėžti ir klasifikuoti apgyvendinimo produktus ir svetingumo paslaugas 2. Gebėti apibrėžti veiklos klausimus, turinčius įtakos apgyvendinimo sektoriui		

<i>Kompetencija</i>	1. Informuotumas apie apgyvendinimo produktus ir svetingumo paslaugas		
Mokymosi rezultatas 4	<i>Apibrėžti ir klasifikuoti kaimo turizmą, paaiškinti turizmo poveikį kaimo vietovėse</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti kaimo turizmo rūšis ir į kaimo turizmą įtrauktų lankytinų vietų įvairovę 2. Žinoti, kaip kaimo vietovės atitinka skirtingas lankytojų motyvacijas 3. Suprasti reikalavimus objektams ir paslaugoms kaimo turizmo srityje 4. Žinoti tvarumo aspektus turizmo srityje		
<i>Igūdžiai</i>	1. Gebėti apibrėžti kaimo turizmą. 2. Gebėti apibrėžti patalpų ir paslaugų paklausos pokyčius kaimo vietovėse. 3. Gebėti analizuoti galimybes kaimo vietovėse		
<i>Kompetencija</i>	1. Darnaus kaimo turizmo suvokimas 2. Kritinis mąstymas		
Mokymosi rezultatas 5	<i>Paaiškinti, kaip gastronomicinis turizmas, maisto turizmas, kulinarinis turizmas, tvarusis turizmas, agroturizmas atitinka skirtingų tipų lankytojų motyvacijas</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti gastronomicinio turizmo formas 2. Žinoti skirtumus tarp gastronomicinio turizmo, maisto turizmo, kulinarinio		

	turizmo, darnaus turizmo ir agroturizmo 3. Žinoti kelionės tikslą ir gastronomines vertybes		
<i>Ilgūdžiai</i>	1. Gebėti apibrėžti gastrominį turizmą ir agroturizmą. 2. Gebėti apibrėžti gastrominio turizmo tvarumą. 3. Gebėti atpažinti gastrominį turistų elgesį		
<i>Kompetencija</i>	1. Suvokimas, kaip gastrominis turizmas, maisto turizmas, kulinarinis turizmas, darnusis turizmas, agroturizmas atitinka skirtingų tipų lankytojų motyvacijas		
Mokymosi rezultatas 6	<i>Paaiškinti šiuolaikinės gastrominio turizmo formas ir jo ateities perspektyvas</i>		
<i>Žinios</i>	1. Išmanyti šiuolaikinės gastrominio turizmo formas.		
<i>Ilgūdžiai</i>	1. Gebėti apibūdinti šiuolaikinės gastrominio turizmo formas ir jo ateities perspektyvas.		
<i>Kompetencija</i>	1. Šiuolaikinių gastrominio turizmo formų ir jo ateities perspektyvų pažinimas		

Modulio pavadinimas:		Mokymosi rezultatų sąsaja su EKS:	
2. GASTRONOMINIO TURIZMO IDENTITETAS IR KONTEKSTAS		EKS 3 lygis	
		Siūlomi vertinimo metodai ir priemonės	Modulio santykinis svoris iš visos mokymo programos (%)
Mokymosi rezultatas 1	<i>Gastronominės kultūros supratimas ir panaudojimas gastronominės kultūros propagavimui kaimo vietovėse</i>	<i>1 priemonė – kelių pasirinkimų testas</i> <i>2 priemonė - T turistų lankomų objektų vietinėje vietovėje pristatymas</i>	20 %
<i>Žinios</i>	Žinoti, kas yra gastronominė kultūra ir galėti išvardinti jos skyrius.		
<i>Ilgūdžiai</i>	Gebėti apibrėžti kultūrą ir jos komponentus, kad galima būtų populiarinti gastronominę kultūrą kaimo vietovėse.		
<i>Kompetencija</i>			
Mokymosi rezultatas 2	<i>SSGG atlikimas ir pritaikymas vietinei gastronomijai.</i>		

<i>Žinios</i>	2. Žinoti, kas yra SSGG ir kaip parengti SSGG analizę		
<i>Ilgūdžiai</i>	2. SSGG kūrimo žinias pritaikymas gastronomijai.		
<i>Kompetencija</i>	2.		
Mokymosi rezultatas 3	<i>Žinoti, ką reiškia strateginis plėtros planas, mokėti jį paaiškinti ir suprasti visas jo dalis.</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti, kas yra strateginis plėtros planas ir išvardyti jo dalis.		
<i>Ilgūdžiai</i>	1. Gebėti pritaikyti žinias ir sudaryti strateginį plėtros planą.		
Mokymosi rezultatas 4	<i>Žinoti, kaip parengti strateginį plėtros planą ir kaip jį pritaikyti vietos gastronomijai.</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti, kas yra gastrominio turizmo strateginis plėtros planas.		
<i>Ilgūdžiai</i>	1. Gebėti sudaryti gastrominio turizmo strateginį plėtros planą		

Modulio pavadinimas:		Mokymosi rezultatų sąsaja su EKS:	
3. ENTREPRENERYSTĖ IR TVARIOS INOVACIJOS AGRO-GASTRO TURIZME		EKS 3 lygis	
		Siūlomi vertinimo metodai ir priemonės	Modulio santykinis svoris iš visos mokymo programos (%)
Mokymosi rezultatas 1	<i>Ištirti enterprenerystės (verslumo) procesą žemės ūkio maisto produktų tema, kuriant kolektyvinius projektus, suprasti verslumo veiksmus, verslo praktikos poveikį aplinkai, kultūrai, vietos plėtrai ir kaimo gyvenimo politikai</i>	1 priemonė – studentų mokymosi duomenų kūrimas ir rinkimas pagal kurso užduotyse pateiktus klausimus. Šie klausimai turi būti naudojami studentų rezultatams įvertinti, įvertinti	20 %
Žinios	1. Žinoti agro ir gastroturizmo principus 2. Žinoti, kaip suteikti bendruomenės nariams galimybę profesionaliai dirbti kaip verslininkams. 3. Žinoti, kaip įgalinti prieigą prie verslo poreikių ir patarimų.	testus, tyrimų ataskaitas ir rašto darbus mokymo laikotarpiu	
Įgūdžiai	1. Įgūdžiai sprendžiant problemas- iššūkius realiomis sąlygomis. 2. Pritaikomumo ir lankstumo įgūdžiai su agro ir gastroturizmu susijusiuose reikaluose.		

<i>Kompetencija</i>	1. Gebėjimas panaudoti kylančias verslo idėjas. 2. Gebėjimas pritaikyti kiekvieno regiono verslo modelį ir prisitaikyti prie dabarties epochos poreikių.	2 priemonė – <i>testai temos pabaigoje</i> 3 priemonė – <i>pristatymas klasėje ir aptarimas/ gerosios praktikos įvertinimas</i>	
Mokymosi rezultatas 2	<i>Teoriškai ir praktiškai analizuoti ir suprasti vietos verslininkų strategijas verslumo požiūriu.</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti pagrindinius entrepreneurship (verslumo) principus 2. Verslo aplinkos ir jos teikiamos įvairovės išmanymas pagal regionus. 3. Žinios apie adaptaciją, reikalingos iš teorijos pereinant prie gerosios praktikos ir idėjų įgyvendinimas, susijęs su problemų ir poreikių sprendimu.	4 priemonė – <i>komandinis pristatymas, imituojant geriausią praktiką</i>	
<i>Įgūdžiai</i>	1. Su verslumu susiję įgūdžiai ir strategija, kurių laikomasi siekiant optimalaus efektyvumo. 2. Įgūdžiai per mokymą – praktiką, skirti supažindinti jaunimą su savo šalies verslo sektoriumi bei aktyviam dalyvavimui visuomenės gyvenime.		
<i>Kompetencija</i>	1. Atpažinti verslo aplinką vietovėje ir ją suprasti bei įvertinti ją realiai. 2. Formuoti kasdienę vietos verslumo formą ir gebėjimą kurti bei plėtoti jo ateities dinamiką ir perspektyvą.		

Mokymosi rezultatas 3	<i>Naudoti metodinius būdus paaiškinti/mokyti naujoviškos idėjos įgyvendinimo planą, kurio pagrindinė tema yra agro ir gastro turizmas, ir gebėti įsivaizduoti ateities verslą bei kurti strategijas, tikslus, uždavinius ir veiksmų planus jam pasiekti</i>		
Žinios	1. Žinoti, kaip palengvinti ir pristatyti švietimo programas ir mokymus bendruomenės nariams, ypatingą dėmesį skiriant smulkaus verslo ir kaimo turizmo srityse. 2. Žinoti, kaip parengti ir parduoti pramoginius ir su turizmu susijusius pasiūlymus įvairioms gavėjų grupėms		
Įgūdžiai	1. Įgūdžiai vadovauti verslumo veiksmams ir suvokti įmonės praktikos poveikį aplinkai, kultūrai, vietos plėtrai ir kaimo gyvenimo politikai. 2. Rinkodaros planų ir projektų, skirtų žemės ūkio ir maisto tinklų vertės didinimui, kūrimo įgūdžiai.		
Kompetencija	1. Kurti ir plėtoti vietos verslumo ateities dinamiką ir perspektyvas. 2. Taikyti metodinius būdus, mokant naujoviško agro-gastro turizmo pasiūlymo įgyvendinimo strategijos.		



	3. Rengti strategijas, tikslus, uždavinius ir veiksmų planus norimam ateisties verslui pasiekti.		
--	--	--	--

Modulio pavadinimas:		Mokymosi rezultatų sąsaja su EKS:	
4. PRISTATYMO IR BENDRAVIMMO ĮGŪDŽIAI		EKS 3 lygis	
		Siūlomi vertinimo metodai ir priemonės	Modulio santykinis svoris iš visos mokymo programos (%)
Mokymosi rezultatas 1	<i>Rinkodaros strategijų ir projektų, skirtų žemės ūkio maisto produktų grandinėms valorizuoti, kūrimas</i>	1 priemonė – projektinis darbas. Parengti žemės ūkio maisto produkto rinkodaros planą; Projekto pristatymas, aptarimas ir vertinimas	20 %
Žinios	1. Žinoti įvairius bendravimo tipus ir būdus 2. Žinoti pagrindinius marketingo principus 3. Žinoti rinkodaros komunikacijos derinį 4. Žinoti komunikacijos strategijos kūrimo principus	2 priemonė – projektinis darbas. Pravesti pristatymą naudojant komunikacijos būdus ir priemones; Komandinis	
Įgūdžiai	1. Taikyti efektyvias komunikacijos priemones ir komunikacijos technologijas 2. Taikyti profesinę terminologiją turizmo, svetingumo ir žemės ūkio maisto sektoriuje 3. Taikyti skirtingus pristatymų būdus		

	4. Taikyti skirtingus metodus, komunikuojant apie produktą, grandinę, teritoriją, naudojant tradicines ir naujas žiniasklaidos priemones	<i>pristatymas imituojant, diskutuojant ir vertinant</i> <i>3 priemonė – kelių pasirinkimų testas</i>	
<i>Kompetencija</i>	1. Gebėti be vargo ir profesionaliai bendrauti su lankytojais daugiakultūrinėje aplinkoje, naudojant įvairias komunikacijos priemones, technologijas ir strategijas 2. Gebėti optimizuoti skatinimo veiklą techniniu, teisiniu ir ekonominiu požiūriu, įgyvendinti rinkodaros ir komunikacijos strategijas.		
Mokymosi rezultatas 2	<i>Užmegzti bendravimą ugdant įgūdžius, sustiprinančius patirtinį aspektą kaip patrauklų veiksnį, kuriuo klientas gali jaustis įtrauktas į tikrovės ir teritorijos pažinimo kelią</i>		
<i>Žinios</i>	1. Fotografavimas išmaniuoju telefonu 2. Instagram'o funkcijos 3. Nuotraukų, vaizdo įrašų ir pasakojimų formatai Instagram'e 4. Sekėjai ir bendruomenės Instagram'e 5. Ką, kiek ir kada dalintis Instagram'e 6. Geriausia tarptautinė Instagram naudojimo praktika įmonėms 7. Turizmas ir svetingumas 8. Mobilus fotografas kaip jūsų teritorijos ambasadorius		

<i>Igūdžiai</i>	1. Taikyti visuomenės įtraukimo būdus, skatinant kolektyvinį teritorijos/produkto pasakojimą – istoriją 2. Rinkodaroje naudoti vizualinę komunikaciją ir vizualinį pasakojimą		
<i>Kompetencija</i>	Gebėti naudoti socialinius kanalus ir internetą rinkodaros strategijose		

Modulio pavadinimas:		Mokymosi rezultatų sąsaja su EKS:	
5. COKOUČINGAS IR MENTORYSTĖ		EKS 3 lygis	
		Siūlomi vertinimo metodai ir priemonės	Modulio santykinis svoris iš visos mokymo programos (%)
Mokymosi rezultatas 1	Suprasti koučingo/mentorystės procesą. Suprasti skirtumą tarp koučingo ir mentorystės.	1 priemonė – testas raštu/žodžiu 2 priemonė – pristatymas ir įvertinimas internetu	20 %
<i>Žinios</i>	1. Išmanyti koučingo apibrėžimą; 2. Žinoti mentorystės apibrėžimą; 3. Išmanyti, kaip teikti koučingo/mentorystės paslaugas. 4. Išmanyti mentorystės/koučingo etapus.	3 priemonė – klausimynų pildymas 4 priemonė – savarankiško mokymosi uždaviniai.	
<i>Įgūdžiai</i>	1. Aktyvus klausymas; 2. Pasitikėjimas savimi ir užtikrintumas; 3. Būti motyvuotam toliau tobulėti ir augti; 4. Pateikti grįžtamąjį ryšį		
<i>Kompetencija</i>	1. Gebėjimas parinkti tinkamą gastro-gidų ugdymo metodą. 2. Santykių su klientais valdymas.		

Mokymosi rezultatas 2	<i>Igyti pedagoginius, organizacinius ir vadybos įgūdžius</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti, kaip vystyti ir teikti koučingo/mentorstės paslaugas. 2. Išmanyti mentorstės/koučingo etapus		
<i>Igūdžiai</i>	1. Pedagoginiai įgūdžiai 2. IKT ir žiniasklaidos įgūdžiai 3. Organizaciniai ir valdymo įgūdžiai		
<i>Kompetencija</i>	1. Paaiškinti jų vaidmenį studento atžvilgiu; 2. Apibūdinti savo mentorstės / koučingo procesą ir stilių, kad studentas galėtų priimti pagrįstą sprendimą dėl mentorstės / koučingo		
Mokymosi rezultatas 3	<i>Suprasti abiejų procesų: koučingo ir mentorstės naudą</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti, kaip įgalinti kitus.		
<i>Igūdžiai</i>	1. Bendravimas; 2. Empatija; 3. Pagalba kam nors, siekiant tobulėti.		
<i>Kompetencija</i>	1. Gebėjimas dalytis savo žiniomis ir patirtimi; 2. Gebėjimas mokytis iš kitų. 3. Gebėjimas užmegzti įsitraukimo ir pasitikėjimo santykius.		

Mokymosi rezultatas 4	<i>Suprasti susitarimą tarp besimokančiojo ir koučerio / mentoriaus</i>		
<i>Žinios</i>	1. Mokėti suprasti kliento poreikius		
<i>Ilgūdžiai</i>	1. Tikslų nustatymas; 2. Prioritetų nustatymas; 3. Ryšio sukūrimas.		
<i>Kompetencija</i>	1. Gebėjimas nustatyti bendradarbiavimo taisykles.		
Mokymosi rezultatas 5	<i>Žinios, kaip vertinti bendradarbiavimą</i>		
<i>Žinios</i>	1. Žinoti, kaip vertinti mokymosi/orientavimo procesą		
<i>Ilgūdžiai</i>	1. Klausymas ir grįžtamasis ryšys; 2. Tikslų nustatymas; 3. Motyvacija; 4. Konfliktų valdymas.		
<i>Kompetencija</i>	1. Gebėjimas vertinti mentorystės/koučingo procesą		

BIBLIOGRAFINIAI ŠALTINIAI

1. 2017 m. gegužės 22 d. Tarybos rekomendacija dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos ir panaikinanti 2008 m. balandžio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos rekomendaciją dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos sukūrimo
2. Europos Sąjungos leidinių biuras (2017). Mokymosi rezultatų apibrėžimas, rašymas ir taikymas, Europos vadovas. Liuksemburgas.
3. 2008 m. balandžio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos rekomendacija dėl Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąrangos sukūrimo.
4. 2009 m. birželio 18 d. Europos Parlamento ir Tarybos rekomendacija dėl Europos profesinio mokymo kreditų sistemos (ECVET) sukūrimo.
5. Europos Bendrijų oficialiųjų leidinių biuras (2008). Europos mokymosi visą gyvenimą kvalifikacijų sąranga (EKS). Liuksemburgas.
6. Europos Sąjungos leidinių biuras (2011). Nacionalinių kvalifikacijų lygių susiejimas su EKS, Europos kvalifikacijų sąrangos serija: 3 pastaba (*angl. Note 3*). Liuksemburgas
7. Europos Sąjungos leidinių biuras (2011). Mokymosi rezultatų naudojimas, Europos kvalifikacijų sąranga, serija: 4 pastaba (*angl. Note 4*). Liuksemburgas
8. CEDEFOP, 2016. Profesinio mokymosi rezultatų apibrėžimas ir rašymas – Europos vadovas.

PRIEDAS 1:

Projekto „Gastro-gidas“ partneriai parengė klausimų rinkinį kelių pasirinkimų testo pavidalu, iš kurių 10 yra privalomi, o 20 – papildomi.

1 modulio privalomas vertinimas: TURIZMO IR SVETINGUMO PAGRINDAI.

Kaip vadinama žmonių, keliaujančių ir apsistojančių toli nuo namų aplinkos laisvalaikio, verslo ar kitais tikslais, veikla? (1.1)	
X	Turizmas
	Turizmo vadyba
	Abu atsakymai neteisingi

Kaip vadinamas asmuo, mažiausiai 24 valandas besilankantis kitoje šalyje, nei toje kurioje įprastai gyvena? (1.1)	
	Ekskursantas
X	Užsienio turistas
	Lankytojas

Ar tiesa, kad turistų lankytina vieta tai vietovė, turinti specifinį žmogaus ar gamtos bruožą, į kurį nukreiptas lankytojų ir vadovų dėmesys? (1.3)	
X	Taip
	Ne

Kokiam tipui priskiriami turistai, kurie labai mažai dėmesio skiria poilsiui? (1.4)	
	Biudžeto keliautojai
X	Nuotykių ieškotojai
	Abu atsakymai neteisingi

Ar tiesa, kad transporto paslaugos, maitinimo paslaugos, apgyvendinimo paslaugos, aptarnavimas lankytinose vietose yra turizmo pasiūlos reguliavimo komponentai? (1.5)	
	Taip
X	Ne

Ar tiesa, kad sezoniškumas yra tada, kai kambarių paklausa paskirstoma per sezonus, o tiksliau – pagal savaites ir dienas? (2.4)	
	Taip
X	Ne

Kaip vadinamas apgyvendinimas, apimantis platų apgyvendinimo pasirinkimą, pavyzdžiui: atskirus namus, kotedžus, apartamentus, gerai įrengtus ir erdvius rąstinius namelius ar bet kokio tipo būstą, kuriame lankytojas maistą pasirūpina pats? (3.3)	
	Nakvynė su pusryčiais (B&B)
X	Apgyvendinimas be maitinimo
	Abu atsakymai neteisingi

Ar tiesa, kad tam, kad turizmas būtų tvarus, jis turi saugoti vietos kultūrą, gerinti socialinę ir individualią gerovę bei tausoti aplinką? (4.3)	
X	Taip
	Ne

Kokios yra gastronominės motyvacijos kategorijos? (4.4)	
	Fiziniai motyvatoriai ir kultūriniai motyvatoriai
	Tarpasmeniniai motyvatoriai, statuso ir prestižo motyvatoriai
X	Abu aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Ar tiesa, kad miso, kefyras, alus, jogurtas yra CBD prisotintas maistas ir gėrimai? (4.6)	
	Taip
X	Ne

1 modulio papildomas vertinimas: TURIZMO IR SVETINGUMO PAGRINDAI.

Kaip vadinamas turizmas, apimantis individualiai organizuojamas keliones, siekiant gauti tiesioginės informacijos apie vietą, vietos kultūrą ir aplinką? (1.1)	
	Masinis turizmas
X	Alternatyvus turizmas
	Abu atsakymai neteisingi

Koks yra fizinis ar kultūrinis vietos bruožas, galintis patenkinti turistų laisvalaikio poreikius? (1.1)	
X	Atrakcija
	Kultūros paveldas
	Tamsusis turizmas
	Kelionės tikslas

Kaip vadinama galimybė pasiekti kelionės vietą pasirenkant vieną ar kelias transporto priemones? (1.2)	
	Apgyvendinimas
	Atrakcija
	Pramogos
	Patogumai
X	Prieinamumas

Kaip vadinamas kelionės tikslo tipas, kai turistai daugiausia laiko praleidžia protarpinėse išvykose į netoliese esančias lankytinas vietas? (1.2)	
	Centrinis kelionės tikslas
	Daugiacentris kelionės tikslas
X	Bazinis kelionės tikslas
	Keliavimo kelionės tikslas
	Tranzito kelionės tikslas

Kodėl lankytinos vietos yra svarbios? (1.3)	
	Jos pritraukia lankytojus iš užsienio
	Jos skatina vidaus turizmą
	Prisideda prie vietos ir šalies ekonomikos
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Kokio tipo yra turistai, kurie atostogauja dėl malonumo? (1.4)	
X	Vidiniai turistai
	Išoriniai turistai
	Abu atsakymai neteisingi

Kaip vadinamas bendras asmenų, keliaujančių ar norinčių keliauti ir naudotis turistinėmis paslaugomis toliau nuo savo darbo ir gyvenamosios vietos, skaičius? (1.4)	
X	Turizmo paklausa
	Turizmo tiekimas
	Abu atsakymai neteisingi

Ar tiesa, kad vidiniai motyvacijos veiksniai yra turisto nuostatos, turisto suvokimas, vertybės ar įsitikinimai, turisto asmenybė? (1.4)	
X	Taip
	Ne

Kaip vadinamas svetingumo ir turizmo produktų pardavimo verslas? (1.5)	
	Kelionių organizatoriai
X	Kelionių agentai
	Abu atsakymai neteisingi

Ar tiesa, kad turizmo industrijos pasiūla apskaičiuojama susumavus turistams parduotų turizmo produktų vertę. Skaičiuojant atsižvelgiama į apgyvendinimo paslaugas, maistą, transportą ir kitus mažmeninius pardavimus? (1.5)	
X	Taip

	Ne
--	----

Kokios yra turistų apgyvendinimo ypatybės? (2.3)	
	Sezoniškumas, užimtumo lygiai, vieta
	Skirtingos vertinimo sistemos, nuosavybė, didelės fiksuotos išlaidos, reguliavimo kodeksai ir įstatymai
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Ar tiesa, kad boutique viešbučiai yra nauja viešbučių sektoriaus kategorija, kuri apibūdinama kaip miesto namai arba maži stiliaus pastatai, kurie dažnai yra įrengti teminiu, individualiu stiliumi ir orientuoti į tai, kad svečiams būtų suteikta aukštos kokybės, individualizuota patirtis? (2.4)	
X	Taip
	Ne

Kaip vadinamas turizmas, apibūdinantis poilsines keliones, kurių pagrindinis tikslas yra patirti praeitį reprezentuojančias vietas ir pramogas? (3.1)	
X	Paveldo turizmas
	Gamta pagrįstas turizmas/ekoturizmas
	Agroturizmas

Kaip vadinamas turizmas, kai turistai maistą vertina kaip esminės patirties dalį, bet akcentuoja ne maistą? (4.1)	
	Gurmaniškas turizmas (arba gastronominis / virtuvės turizmas)
X	Kulinarinis turizmas
	Kaimo/miesto turizmas

Kokie yra maisto turizmo veiklos pavyzdžiai? (4.1)	
	Maisto turai (ekskursijos su maistu ar gėrimais)
	Vizitai pas vietinius gamintojus
	Maisto ir kultūros festivaliai
	Degustacijos sesijos
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Ar tiesa, kad gastronominis turizmas yra turizmo rūšis, kurios pagrindas yra maisto gamintojų, maisto festivalių, restoranų ir specialių vietų lankymas, norint paragauti ypatingo maisto, stebėti gaminamą maistą ar valgyti garsaus šefo pagamintą maistą? (4.1)

X	Taip
	Ne

Kokie motyvatoriai pritraukia turistus gastronomijos tikslais keliauti į konkrečią vietą? (4.4)

	Traukimo motyvatoriai
X	Stūmimo motyvatoriai

Kokie gastronominiai potyriai leidžia turistams atgauti psichinę ir fizinę energiją? (4.4)

	Kultūriniai motyvatoriai
	Tarpasmeniniai motyvatoriai
	Statuso ir prestižo motyvatoriai
X	Fiziniai motyvatoriai

Ar tiesa, kad istoriniai, tradiciniai, kultūriniai, kulinarinio paveldo, gamtos ir kiti motyvatoriai yra gastronominiai motyvatoriai? (4.4)

	Taip
X	Ne

Ar tiesa, kad savirealizacija, savigarba, socialiniai ir saugumo poreikiai yra stūmimo motyvatoriai? (4.4)

X	Taip
	Ne

2 modulio privalomas vertinimas: GASTRONOMINIO TURIZMO KONTEKSTAS IR IDENTITETAS

Norint atlikti gastronomijos SSGG, reikia atlikti išorinį tyrimą tam, kad:	
	Gauti informaciją apie teritoriją ir jos galimą gastrinomiją turizmo patrauklumą
	Surinkti vietas ir išorės agentų nuomones
	Žinoti galimus dokumentinius šaltinius, ankstesnius tyrimus ar ankstesnes analizes
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Gastronominei SSGG analizei yra svarbu:	
	Įvertinti viešbučių ir maitinimo prekybą vietovėje
	Įvertinti specialistų parengimo lygį šioje srityje
	Įvertinti vietinę žemės ūkio produkciją
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Gastronominei SSGG analizei yra svarbu:	
	Klaidingos reklamos strategijos
X	Kokybiškų vietinių produktų įvairovė ir gastronominis paveldas
	Kitų vietovių konkurencija
	Tradicinės žemdirbystės ir amatų veiklos atsisakymas

Gastronominis turizmas:	
X	Tai pažinti ir sužinoti, patirti, valgyti, ragauti ir mėgautis vietovės gastronomine kultūra
	Tai nesusiję su kaimo vietovėmis
	Yra svarbus tik turistams
	Yra svarbus tik vietos gyventojams

Norint sukurti strateginį gastrominio turizmo planą, reikia:	
X	Išmatuojamų strateginių tikslų
	Neišmatuojamų faktorių
	Bet kokios informacijos
	Nereikia jokių išteklių

Kai kurios įprastos kultūrinės veiklos kaimo vietovėse apima:	
	Giliavandenės žvejybos turnyrus.
X	Religinius ir dvasinius renginius, menus ir amatus, poilsį lauke, paveldo ir istorijos renginius, žemės ūkį ir ūkininkavimą.
	Statybos konkursus
	Miesto gatvės meno festivalius

Prioritetinis strateginio plano tikslas yra:	
	Padidinti neefektyvumą ir sumažinti produktyvumą.
X	Organizuoti ir skatinti patirtinį, skonio ir pojūčių turizmą, maksimaliai išnaudojant visų rūšių turimus kiekvienos srities išteklius ir koordinuojant įvairius su gastrominiu turizmu susijusius sektorius.
	Nepaisyti finansinio stabilumo ir maksimaliai padidinti nuostolius.

Ar laikui bėgant tai gali pasikeisti vietos kultūra?	
	Niekada
	Priklauso nuo vietos
X	Taip, žinoma
	Priklauso nuo kultūros tipo

Rinkodaros komplekso 4P yra:	
	Produktas, kaina, vieta ir pakuotė.
X	Produktas, kaina, paskirstymas (pardavimo vieta) ir reklama.

	Produktas, vieta, reklama ir procesas.
	Produktas, kaina, reklama ir žmonės.

Gastronominio turizmo strateginis planas yra:	
	Paskutinis žingsnis prieš pradėdant veikti, kuriant gastronominio turizmo vietą
X	Pirmas žingsnis prieš pradėdant veikti kuriant gastronominio turizmo vietą
	Sukurtas siekiant apriboti įvairių kulinariinių potyrių galimybes
	Paskutinis žingsnis prieš pradėdant veikti kuriant gastronominio turizmo vietą.

2 modulio papildomas vertinimas: GASTRONOMINIO TURIZMO KONTEKSTAS IR IDENTITETAS

SSGG analizės klausimynas turėtų būti parengtas:	
X	Objektyviu būdu, nesufleruojant atsakymų
	Subjektyviu būdu, siekiant gauti norimus atsakymus
	Ne, klausimyno nereikia
	Ne, klausimų temos nėra svarbios

SSGG gastrominė analizė turėtų būti atliekama remiantis specialistų žiniomis apie:	
	Vietovę ir turizmą
	Gastronomiją, maistą ir tradicijas
	Darbo rinką ir aplinką
X	Visi aukščiau išvardinti atsakymai yra teisingi

Vietinių produktų reklamavimas:	
	Nesvarbus, nes turistai vis tiek ateis
	Neturi įtakos SSGG analizei
X	Labai svarbus, siekiant pritraukti turistus

	Tai turėtų būti daroma visomis įmanomomis priemonėmis: tinklalapiais, skelbimais, socialiniais tinklais
--	---

Kai kurios grėsmės gastronomiciam turizmui:	
X	Prastas tradicijų išsaugojimas
	Gastronomicinis turizmas kaip nauja rinka
	Išteklių įvairovė
	Augantis aplinkosauginis sąmoningumas

Turizmas gali būti naudingas kitiems gamybos sektoriams:	
	Gastronomicinis turizmas skatina pirkti regioninius žemės ūkio produktus
	Didina viešbučių paslaugų paklausą
	Didina rankdarbių pardavimą ir apsipirkimą vietinėse parduotuvėse
X	Visi aukščiau išvardinti atsakymai yra teisingi

Gastronomicinis turizmas:	
	Svarbus teritorijų tvarumui
	Labai svarbus kaimo vietovėms, kurioms gresia gyventojų mažėjimas
	Pastaruoju metu vystėsi, įgavo savo asmenybę
X	Visi aukščiau išvardinti atsakymai yra teisingi

Strateginis gastronomicinio turizmo planas apima:	
	Patyriminio, skonio ir pojūčių turizmo organizavimą ir skatinimą
	Visų rūšių turimų išteklių kiekvienoje vietovėje išnaudojimą
	Įvairių su gastronomiciniu turizmu susijusių sektorių koordinavimą
X	Visi aukščiau išvardinti atsakymai yra teisingi

Gastronominio turizmo strateginis planas:	
X	Akcentuos paslaugas, produktus, paveldą, gamtą ir ypatingas ar skirtingą vertę turinčias vietas
	Kaimo vietovėms tai nėra svarbu
	Tai gali būti pasiekta tik ekspertų
	Tai nėra svarbu turizmo plėtrai

Gastronominio turizmo strateginis planas yra įrankis, leidžiantis:	
X	Planuoti, veikti, vertinti ir koreguoti
	Tik veikti
	Tik planuoti
	Sumažinti gastronominio turizmo įvaizdį

Turizmo, gastronomijos, maisto ir laisvalaikio vartojimo tendencijos:	
X	Yra labai svarbios kuriant gastronominio turizmo strateginį planą
	Nėra svarbios
	Yra svarbios tik vietiniams gyventojams
	Yra svarbios tik turistams

Kaimo visuomenė apibūdinama:	
	Dangoraižių gausa ir šurmuliuojančiu miesto gyvenimu.
	Žemės ūkio trūkumu ir didele priklausomybe nuo industrializacijos.
X	Jos tradiciškumu, uždara dvasia, priklausomybe nuo gamtos jėgų ir stipria socialine sanglauda
	Pažangiomis technologijomis ir didelės spartos interneto ryšiu.

Kulinarinis paveldas yra:	
	Daugiausia dėmesio skiriantis sintetinių ingredientų ir dirbtinių skonų naudojimui.
	Naujausias šiuolaikinių šefų, kurie norėjo sukurti istorijos ir tradicijų pojūtį, išradimas.

X	Bendravimo ir kultūros perdavimo veiksnys, išreiškiantis tradicijas ir natūralų vietovės savitumą
	Įsivaizduojama koncepcija, kurią sukūrė maisto tinklaraštininkai, siekdami pritraukti daugiau sekėjų socialiniuose tinkluose.

Šiuo metu gastronomija yra:	
	Gastronomija nesusijusi su kvantinės mechanikos studijomis
X	Atrakcija ir autentiška turistinė patirtis, įtvirtinta kaip pagrindinė laisvalaikio praleidimo forma.
	Profesionalių imtynių elementas

Kai kurios kultūros ypatybės yra:	
	Ją sudaro tik materialūs elementai
X	Ji yra dinamiška ir įvairi
	Ji visur yra ta pati
	Ji neperduodama iš kartos į kartą

Kultūra yra:	
	Aplinka
	Kalba
X	Visi aukščiau išvardinti atsakymai yra teisingi
	Vietovės istorija

Sužinoti apie gastrominę kultūrą kaimo vietovėje yra ... ateinančioms kartoms	
	Galimybė
X	Stiprybė
	Silpnybė
	Grėsmė

Norint apibrėžti konkrečius tikslus, viena iš dažniausiai naudojamų metodikų yra ... tikslai	
	Protingi
X	SMART
	Inteligentiški
	Išmintingi

Segmentuokite rinką. Segmentavimas skirstomas į keturias kategorijas:	
	Elgesys, psichografija, veiksmas, vieta
	Vietovė, psichografija, elgesys, vieta
X	Demografija, psichografija, elgesys, vieta
	Elgesys, psichografija, vieta, veiksmas

Apskaičiuokite biudžetą. Numatomos viso projekto išlaidos ir pajamos turi būti kiekybiškai įvertintos per ... metus.	
	2 metus
X	3-5 metus
	3-7 metus
	3-5 mėnesius

Prioritetinis strateginio plano tikslas yra:	
	Organizuoti ir mažinti patirtinį, skonio ir jausinį turizmą
	Nepaisyti rinkos tendencijų ir konkurentų analizės.
X	Organizuoti ir skatinti patirtinį, skonio ir pojūčių turizmą, maksimaliai išnaudojant visų rūšių turimus kiekvienos vietovės išteklius ir koordinuojant įvairius su gastronominiu turizmu susijusius sektorius.

3 modulio privalomas vertinimas: ENTREPRENERYSTĖ IR TVARIOS INOVACIJOS AGRO - GASTRO TURIZME

Kuris iš žemiau išvardintų aspektų nėra alternatyvus teminis turizmas (1 skyrius)?	
	Prabangūs viešbučiai ir kazino
X	Sveikatos ir sveikatingumo turizmas
	Nėra teisingų atsakymo

Gastro-gido mokymas apima keletą pagrindinių principų. Pasirinkite teisingą atsakymą (1 skyrius)	
	Nauji įgūdžiai ir gebėjimai, kuriuos reikia turėti ir įgyti
	Improvizuoti ir būti kūrybingam
	Turi būti aišku, kad problemas reikia spręsti nedelsiant ir greitai
X	Teisingi visi aukščiau pateikti atsakymai

Štai keletas veiklų, kurias naudinga taikyti Gastro-gidui, pavyzdžių. Pasirinkite neteisingą atsakymą (2 skyrius)	
	Smulkių ūkių, su vietinės produkcijos, dažniausiai ekologiškai auginamos, įvairovė kūrimas
X	Industrializuotų ūkių plėtra Maitinimo įstaigų su vietinių receptų ir vietinių produktų meniu, paremtu istoriniu regiono maršrutu, kūrimas Vietos tradicijas, įpročius ir socialinį gyvenimą atspindinčių festivalių ir renginių atgaivinimas

Europos Sąjungos tikslai jos ribose yra šie: Pasirinkite neteisingą atsakymą (3 skyrius)	
	Skatinti taiką, jos vertybes ir piliečių gerovę
	Vidaus rinkos sukūrimas
	Aplinkos kokybės apsauga ir gerinimas
X	Skatina žmones rūpintis tik savo nacionalinėmis valstybėmis, o ne Sąjunga
	Kova su socialine atskirtimi ir diskriminacija

„Erasmus+“ ir „Marie Skłodowska-Curie“ veiksmi yra Europos projektai. (3 skyrius)	
	Ne
X	Taip

Strateginės partnerystės / partnerystės yra decentralizuota veikla, apimanti bendradarbiavimo projektus, leidžiančius dalyvaujančioms organizacijoms kartu spręsti svarbius klausimus, plėtoti partnerystę ir dalytis nauja praktika (3 skyrius).	
	Ne
X	Taip

Verslo planas yra loginių žingsnių dokumentas, numatantis ką norime daryti ir kas gali nutikti. Jei kada nors rašėte verslo idėją ant popieriaus lapo su keliomis užduotimis ir paprasta laiko juosta, pradėjote rašyti verslo planą arba bent jau jo pagrindus (4 skyrius)	
	Ne
X	Taip

Kurios iš toliau pateiktų praktikų verta laikyti bandant reklamuoti istorinį kelią? (5 skyrius)	
	Palaukite, kol turistai patys sužinos visą informaciją
X	Ženklių pastatymas prie išvažiavimų ir įvažiavimų į kaimus
	Laukti, kol televizijos laidos sukurs didelį reportažą apie jūsų vietovę, bet nežinia, kada tai įvyks

Problemos sprendimo procesas turi keletą žingsnių, kuriuos turite atlikti. Pasirinkite neteisingą atsakymą. (1 veikla)	
	Problemos nustatymas
	Nustačius problemą, svarbu įvertinti jos svarbą
	Kitame etape problema turėtų būti išanalizuota
	Gera problemos analizė paskatins verslininkus žengti kitą žingsnį – sprendimų ieškojimą
	Sprendimai turi būti įgyvendinami efektyviai
X	Problema ir sprendimas turi būti slapti ir neviešinami net kolegoms ir Jūsų komandai. Su juo dirbate tik jūs.

Kurie iš šių žingsnių yra laikomi gerąja Gastro-gido praktika tam, kad jie galėtų plėtoti kaimo maisto turizmą savo vietovėse?	
	Glaustai ir išmatuojamai aiškiai nurodyti investicijų trūkumo priežastis
	Įvertinti su problema susijusias išlaidas, įskaitant finansines, veiklos ir reputacijos išlaidas
	Nustatykite pagrindines problemos priežastis, įskaitant visus pagrindinius veiksnius ar papildomus veiksnius
	Sukurkite galimų problemos sprendimų sąrašą
	Paskirstyti atsakomybes ir nustatyti įgyvendinimo terminus
X	Teisingi visi aukščiau pateikti atsakymai

3 modulio papildomas vertinimas: ENTREPRENERYSTĖ IR TVARIOS INOVACIJOS AGRO - GASTRO TURIZME

Pasirinkite variantą, kuris tinka agro-gastro turizmo spektrui (1 skyrius)	
	Masinis turizmas
X	Visitai į vynes
	Nėra teisingo atsakymo

Kokia veikla sieja verslumą ir agroturizmą (1 skyrius)? Pasirinkite teisingą atsakymą.	
X	Apgyvendinimas ūkiuose
	Masinio turizmo viešbučių paieška
	Turizmas žmonėms išėjus į pensiją

Ar reikia ugdyti įgūdžius, kaip motyvuoti ir įkvėpti kitus, kai valdome ir prižiūrime komandą? (2 skyrius)	
	Kiekvienas žino savo įgūdžius. Mums nereikia nieko daugiau daryti.
	Geriau laikytis tradicinio būdo, tad kam reikalingos naujovės?
X	Turime dirbti kaip komanda ir atrasti naujus įgūdžius bei praktikas

Gastro-gidas turi būti ? (2 skyrius). Pasirinkite teisingą atsakymą	
	Puikiai žinantis savo regiono privalumus ir grožį.

	Gebantis informuoti turistus apie visą vietovės istoriją ir tradicijas
	Gebantis suteikti pakankamai informacijos apie vietinius produktus ir vietinių gyventojų gastronominius įpročius
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi
	Nėra teisingo atsakymo

Bendruomenės gyventojams svarbu dirbti komandoje, kad jie galėtų turėti naudos. Kokios naudos? Pasirinkite neteisingą atsakymą (2 skyrius)	
	Skatinti kūrybiškumą ir mokymąsi
	Derinti skirtingas ir viena kitą papildančias stiprybes ir idėjas
	Sumažinti stresą
	Pagerinti komandos našumą
	Pagerinti jų tarpusavio santykius
X	Uždirbti daugiau pinigų ir pripažinimo

Darbas su komanda siūlo: Pasirinkite neteisingą atsakymą (2 skyrius)	
X	Padidina darbo krūvį ir atsakomybę
	Derina skirtingas ir vienas kitą papildančias stiprybes ir idėjas
	Leidžia plėstis kūrybiškumui kitų nuomonės dėka
	Padedą sukurti efektyvesnius problemų sprendimus

Kokie yra EE programų prioritetai? Atpažinkite kai kuriuos iš jų žemiau (3 skyrius)	
	Švarus oras, švarus vanduo, sveikas dirvožemis ir atnaujinta biologinė įvairovė
	Energiją taupantys pastatai
X	Visi aukščiau išvardinti atsakymai yra teisingi
	Viešojo transporto didinimas
	Produktai, kurių eksploatavimo trukmė ilgesnė, kuriuos galima taisyti, perdirbti ir naudoti pakartotinai

Ar Europos projektai suteikia galimybių jauniems žmonėms? (3 skyrius)	
X	Taip
	Ne

Visais ES bendrai finansuojamais projektais turėtų būti siekiama: (3 skyrius)	
	Dalyvių apsaugos, sveikatos ir saugos
	Daugiakalbystės
	Dalyvavimo demokratiname gyvenime, bendrų vertybių ir pilietinio dalyvavimo
	Europinės ir tarptautinės dimensijos
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Remiantis Erasmus+ programos reglamentu, dėmesys turėtų būti skiriamas masiniam sportui. Pagal programą „Erasmus+“ remiami sporto sritys projektai turėtų paskatinti aktyvesnį dalyvavimą sporto, savanoriškos ir fizinės veiklos veikloje. (3 skyrius)	
X	Taip
	Ne

Kokios tikslinės grupės dalyvauja Erasmus+ projekte „Mobilumas“? (3 skyrius)	
	Viešbučių savininkai ir turistai
	Žmonės, dirbantys bankininkystės ir ekonomikos sistemoje
X	Mokytojai, studentai ir su švietimu susiję žmonės

Įgūdžiai, kurie būtini naujam verslui? (4 skyrius)	
X	Visi pateikti atsakymai yra teisingi
	Verslo idėja
	Verslo planas
	Rinka
	Finansavimas
	Verslininko profilis

SSGG analizė yra svarbi naujam verslininkui, nes: (4 skyrius)	
X	Tai parodo mūsų silpnybes ir galimybes
	Leidžia rasti finansavimą
	Padedą susirasti partnerių

Jeį kuriate verslo planą savo įmonei, turėtumėte turėti galimybę: (4 skyrius)	
	Dirbti vienas be kolegų ir darbuotojų
X	Žingsnis po žingsnio stebėti savo darbą ir tikslus
	Nėra teisingo atsakymo

Kokie yra kultūros maršrutų ypatumai? (5 skyrius)	
	Teminiai: maršrutai, kuriuose yra tam tikras teminis elementas
	Istoriniai: maršrutai, fokusuojasi į paminklus ir konkretaus laikotarpio ar epochos kultūros ypatybes
	Mišrūs kultūriniai maršrutai: maršrutai, apimantys kultūros ir gamtos paveldo elementus, neatsižvelgiant į tipą ar laikotarpį, kaip vietovės kultūrinės tapatybės dalį.
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi
	Nėra teisingo atsakymo

Ar gali Gastro gidas ir vietiniai žmonės sukurti ir išplėtoti istorinį maršrutą vietovėje? Ar tai gera Gastro-gido veiklos praktika? (5 skyrius)	
X	Taip
	Ne

Kurios iš pateiktų praktikų reikėtų laikytis bandant reklamuoti istorinį maršrutą internetu? (5 skyrius)	
	Svetainės sukūrimas
	Išsamių skirtingų vietovių vadovų, nuorodų ir žemėlapių parengimas
	Speciali informacija apie nuorodas į socialines paslaugas (telefonų numeriai, adresai, darbo valandos ir kt.)
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Albertas Einšteinas sakė: „Jei turėčiau tik vieną valandą išgelbėti pasaulį, penkiasdešimt penkias minutes skirsčiau problemai apibrėžti ir tik penkias minutes ieškočiau sprendimų“. Kiek svarbu verslininkui nustatyti pagrindinę problemos priežastį? (1 veikla)	
	Verslininkui nereikia aktyviai rinkti informaciją ir suprasti bendrą kontekstą, kuriame egzistuoja problema.
	Tai nesvarbu, reikėtų praleisti daugiau laiko bandant išspręsti problemą, o ne bandant ją apibrėžti
X	Labai svarbu, nes ją galima panaudoti norint nustatyti realias galimybes, kurti sprendimus ir juos efektyviai įgyvendinti

Turizmo pramonė, įskaitant maisto ir gėrimų sektorių, kasdien sukuria didelį kiekį atliekų. Jei šios atliekos yra netinkamai tvarkomos, gali turėti neigiamą poveikį aplinkai, vietos bendruomenėms ir turizmo pramonės reputacijai. Pasirinkite neteisingą atsakymą (1 veikla)	
X	Taip būtina blogoji praktika, nes kitaip padaryti negalima.
	Vietos bendruomenės turi atpažinti problemą ir stengtis ją atitinkamai spręsti
	Turizmo pramonė susiduria su dideliais iššūkiais efektyviai tvarkydama maisto atliekas, įskaitant infrastruktūros trūkumą, kultūrinį požiūrį ir ribotus išteklius.

Verslo modelio drobė (angl. Business Model Canvas) yra strateginio valdymo įrankis suinteresuotoms šalims. Kuris iš šių dalykų yra neteisingas? (1 veikla)	
	Tai aiškus ir glaustas būdas bendrauti ir bendradarbiauti su suinteresuotosiomis šalimis
X	Visų pirma, šis modelis sukurtas įmonėms, orientuotoms į paslaugas, todėl ji mažiau tinka įmonėms, orientuotoms į produktus.
	Tai vizualinis atvaizdas, apibūdinantis įmonės vertės pasiūlymą, klientų segmentus, kanalus, santykius su klientais, pajamų srautus, pagrindinius išteklius, pagrindinę veiklą, pagrindinius partnerius ir išlaidų struktūrą.
X	Sukūrus jo negalima keisti ar modifikuoti, net jei verslas auga ir vystosi.
	Jis gali būti naudojamas nustatant naujas verslo galimybes ir patvirtinant esamus verslo modelius
	Tai padeda socialinėms įmonėms užtikrinti, kad verslo planavimo procese būtų atsižvelgta į išskirtines įmonės savybes ir misijas.

4 modulio privalomas vertinimas: PRISTATYMO IR BENDRAVIMO ĮGUDŽIAI

Ar tiesa, kad komunikuodami apie maistą galime padidinti ir/ar daryti įtaką vartojimo pasirinkimams (2.3)	
X	Taip
	Ne

Kas yra integruota teritorinė rinkodara? (2.4)	
	Tai strategijų rinkinys, skirtas tam tikrai geografinėi vietai reklamuoti.
X	Įmonės stengiasi tobulinti savo paslaugas, o viešosios intervencijos tikslas – atnaujinti ir gerinti infrastruktūrą bei skatinti turizmą organizuojant renginius.
	Jai pavyksta pritraukti reikiamą klientų ratą, t. y. turizmą, atitinkantį vietovės ypatumus.

Kokios yra penkios Porterio jėgos? (3.1.2)	
X	Tiesioginiai konkurentai, tiekėjai, klientai, potencialūs rinkos dalyviai, pakaitinių prekių gamintojai
	Žaliavų prieinamumas, rinkos pokyčiai, klientai, pakaitinių prekių gamintojai, tiesioginiai konkurentai
	Nėra teisingo atsakymo

Kiek veidų turi Kapferer'io prizmė? (3.1.3)	
	5
X	6
	7

Ar tiesa, kad su patirtimi ir santykių rinkodara 4P tampa 7?	
X	Taip
	Ne

Kiek yra bendravimo elementų? (3.2.4)	
	3
	4
X	6

Ką reiškia turistų priėmimas? (4.5)	
	Ataskaitos
	Komunikacija
X	Rūpinimasis santykiais, bendravimu ir asmeniniais, tarpasmeniniais ir socialiniais įgūdžiais

Ar tiesa, kad norint būti ryškiu viešu kalbėtoju dėmesys turi būti nukreiptas į tikslą ir glaustumą? (4.1)	
X	Taip
	Ne

Kokie elementai apibūdina postmodernias gentis? (5.3)	
	Internetas
	Vietovė
	Totemo stulpas
X	Visi pateikti atsakymai yra teisingi

Koks yra socialinio profilio augimo receptas profesine prasme? (7.6)	
	Kokybiškų nuotraukų naudojimas ir pakartotinių įrašų kūrimas
X	Pastovumas, griežtumas ir atkaklumas
	Įtraukiantys influenceriai ir pasakojimai

4 modulio papildomas vertinimas: PRISTATYMO IR BENDRAVIMO ĮGUDŽIAI

Kokios yra 3 lekštės dimensijos? (2.3)	
	Kūrybiškumas, tiekimo grandinė, dalijimasis
X	Produktas, kilmė, patirtis
	Nėra teisingo atsakymo

Kam tinka geras pasakojimas? (2.4)	
X	Tai pagyvina vietos istoriją, žadina keliautojų vaizduotę, skatina smalsumą ir galimus atradimus;

	Papasakoti teritorijos autobiografiją
	Padidinti produkto ekonominę vertę

Ar tiesa, kad prekės ženklo kūrimas yra vienas iš žingsnių kuriant teritorinės rinkodaros planą? (2.5)	
X	Taip
	Ne

Kas yra marketingas? (3.1)	
	Marketingas yra socialinis ir valdymo procesas, kurio metu asmuo ar grupė įgyja tai, kas yra jo poreikių ir troškimų objektas, kurdamas, siūlydamas ir keisdamasis produktais bei verte su kitais.
	Tai dinamiškas procesas, kuris, atidžiai ištyręs socialinį ir ekonominį kontekstą, kuriame numatoma veikla, apibrėžia ir įgyvendina strategijas, skirtas produkto ar paslaugos pozicionavimui konkrečioje rinkoje.
X	Abu atsakymai yra teisingi

Nuo ko priklauso tiekėjų derybinė galia? (3.1.2)	
	Nuo svarbių tiekėjų skaičiaus
	Nuo pagrindinių klientų skaičiaus
	Nuo sunkumų dėl paskirstymo
X	Nei vienas atsakymas nėra pilnai atsakytas

Ar tiesa, kad Kapferer'io modelis (arba prizmė) yra naudinga priemonė kuriant prekės ženklą, prekės ženklo tapatybę? (3.1.3)	
X	Taip
	Ne

Kiek yra pagrindinių rinkodaros komplekso svertų? (3.1.4)	
X	4
	5
	6

Ar tiesa, kad rinkodaros kompleksas yra „rinkodaros svertų rinkinys“, kurį įmonė apsibrėžia ir naudoja siekdama patenkinti vartotoją ir pasiekti savo rinkos tikslus? (3.1.4)	
X	Taip
	Ne

Pastaraisiais dešimtmečiais skatinimo samprata pasikeitė. Kokias sritis jis apima? (3.1.4)	
	Reklamą
	Pardavimų komandos bendravimą (asmeninį pardavimą)
	Ryšius su visuomene
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi
	Nėra teisingo atsakymo

Kiek yra bendravimo aksiomų? (3.2.2)	
X	5
	4
	6

Koks gali būti bendravimas? (3.2.2)	
	Tiek analoginis, tiek skaitmeninis
	Simetriškas arba papildantis
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Kiek paradoksų turi P. Watzlawick'as? (3.2.4)	
X	3
	5

Ar tiesa, kad tarp vietovių, kuriose yra daug lankytinų vietų, ir tų, kuriose jų mažiau, tačiau jose rimtai dirbama su svetingumo strategijomis ir technikomis, būtent pastaroji tampa pirmaujančia? (4.3)	
X	Taip
	Ne

Koks yra pagrindinis svetingumo principas? (4.5)	
	Žinojimas, kaip efektyviai bendrauti
X	Vartotojo centriškumas
	Žinojimas, kaip aktyviai klausytis

Ką turėtų daryti turistų registratorius? (4.5)	
	Jis turi mokėti efektyviai ir tinkamai bendrauti su klientu;
	Jis būtinai turi išmanyti žmonių priimtus santykių stilius ir taip kuo geriau užmegzti ryšį su savo pašnekovais;
	Tvirty stiliaus pritaikymas
X	Visi aukščiau pateikti atsakymai yra teisingi

Kokie yra 3 viešojo kalbėjimo pagrindai? (4.1)	
X	1. Patraukti dėmesį, 2. Duoti auditorijai laiko įsiminti pranešimą ir apdoroti klausimus, 3. Uždaryti kalbą fraze, kuri skatina raginimą veikti.
	1. Mokėjimas efektyviai bendrauti 2. Tvirty stiliaus pritaikymas 3. Būti aktyviu klausytoju
	1. Asmeniniai įgūdžiai 2. Tarpasmeniniai įgūdžiai 3. Socialiniai įgūdžiai

Kiek produktų mūsų akys gali ištirti per 3 sekundes? (5.2)	
	Tarp 15 ir 20
X	Tarp 10 ir 15
	Apytiksliai 15

Kalbant apie genčių rinkodarą, kokie yra pagrindiniai neo genčių elementai? (5.3)	
	Fiziologiniai poreikiai, didelis savarankiškumo lygis, savigarbos poreikis

	Giminystės ryšys, bendros emocijos ir aistros, savirealizacijos poreikis
X	Dalijimasis bendru priklausymo jausmu; dalijimasis interesais ir vertybėmis; komunikacijos tinklo buvimas.

Kiek dimensių yra Fraytag piramidėje? (6.3)	
	5
X	6
	7

Kiek elementų reikia norint sukurti efektyvų pasakojimą? (6.5)	
X	8
	7
	6

5 modulio privalomas vertinimas: KOUČINGAS IR MENTORYSTĖ

Ar mentorystė ir koučingas yra tas pats metodas? (1.1)	
	Taip
X	Ne

Kieno užduotis yra plėsti kliento sąmoningumą ir paskatinti klientą surasti pačius geriausius atsakymus? (1.3)	
	Psichologas
X	Koučeris
	Mentorius

Ar tiesa, kad tiek koučinge, tiek mentorystėje klientas yra centre? (1.5)	
X	Taip
	Ne

Ar mokymo įgūdžiai yra viena iš pedagoginių kompetencijų? (2)	
	Ne
X	Taip
	Nėra teisingo atsakymo

Kokie įgūdžiai reiškia gebėjimą dirbti su kitais žmonėmis, juos suprasti ir motyvuoti individualiai ar grupėje? (2.2.2)	
X	Žmogiškieji įgūdžiai
	Techniniai įgūdžiai
	IKT įgūdžiai

Ar tiesa, kad 3-ias mentorystės etapas koncentruojasi į veiklos planavimą, kuris nuves mokinį nuo pradinės situacijos analizės iki siekiamo rezultato? (3)	
X	Taip

	Ne
--	----

Ar tiesa, kad kelionių paketai yra nauja koncepcija? (3.2)	
	Taip
X	Ne
	Nėra teisingo atsakymo

Bendras logotipas arba prekės ženklas gali sustiprinti reklamą ir parodyti produkto profesionalumą. (3.2.3)	
X	Tiesa
	Netiesa

Geras koučeris turi pagalbinį specialistų tinklą ir jį naudoja pagal kliento poreikį. (4)	
X	Tiesa
	Netiesa
	Visi atsakymai teisingi

Mentorystė, ypač naujiems darbuotojams, yra savotiškas bendravimas (tai savotiškas įtraukimo principas), leidžiantis susipažinti su grupe ir komanda, su kuria dirbama (5)	
X	Tiesa
	Netiesa

5 modulio papildomas vertinimas: KOUČINGAS IR MENTORYSTĖ

Kaip vadinamas metodas, leidžiantis efektyviai išsikelti ir pasiekti svarbius tikslus, didinti pasitenkinimą profesiniu ir asmeniniu gyvenimu, tapti sąmoningesniu lyderiu, vadovu ar tėvu? (1.1)	
X	Koučingas
	Mentorystė
	Mokymas

Kaip vadinamas žmogus, kuris padeda savo klientui atrasti teisingą kelią į tikslą, pasitelkdamas savo įgūdžius, techniką, įrankius? (1.2)	
X	Koučeris
	Mentorius
	Profesinio orientavimo specialistas

Kaip vadinamas ekspertas, sektinas pavyzdys, duodantis patarimų ir besidalijantis savo patirtimi? (1.4)	
X	Koučeris
	Mentorius
	Treneris

Metodas, kuris paprastai orientuojasi į pradinėje sutartyje apibrėžtą tikslą ir darbo seansų metu, koncentruojasi į sprendimo, leidžiančio pasiekti šį tikslą, nustatymą ir įgyvendinimą? (1.4)	
	Remiamas užimtumas
	Mentorystė
X	Koučingas

Ar tiesa, kad tiek koučinge, tiek mentorystėje klientas yra centre? (1.5)	
	Ne
X	Taip

Ar tiesa, kad ir treneris, ir mentorius yra atsakingi už santykių kūrimą, o pradžioje – sąlygų, kurios bus patogios klientui, sudarymą? (1.5)	
X	Taip
	Ne

Vertinimo ir bendravimo įgūdžiai, kūrybiškumas, bendradarbiavimas, pragmatiškumo ir informacijos bei žiniasklaidos įgūdžiai yra...? (2)	
X	Pedagoginės kompetencijos
	Techninės kompetencijos
	Nėra teisingo atsakymo

Ar tiesa, kad konceptualūs, žmogiškieji ir techniniai įgūdžiai yra pagrindiniai vadybiniai įgūdžiai? (2.2)	
X	Taip
	Ne

Techniniai įgūdžiai – tai gebėjimas ir žinios naudoti įrangą, būdus ir procedūras, susijusias su konkrečios užduoties atlikimu. Juos sudaro specialios žinios ir gebėjimas dirbti pagal specialybę? (2.2.1)	
	Tiesa
X	Netiesa
	Nėra teisingo atsakymo

Ar tiesa, kad konceptualūs įgūdžiai reiškia protinį gebėjimą analizuoti ir diagnozuoti sudėtingas situacijas. Tai apima organizacijos kaip visumos supratimą, bei supratimą kaip organizacijos dalys paveiks visumą? (2.2.3)	
X	Taip
	Ne

Pradinės situacijos analizė ir nustatymas, ką ir dėl kokios priežasties reikėtų keisti? - koks tai koučingo etapas? (3)	
X	I etapas
	II etapas
	III etapas

Kiek etapų turi populiariausias koučingo komunikacijos modelis – GROW modelis? (3.1)	
	Vieną etapą
	Du etapus

X	Keturis etapas
---	----------------

Tikslas, realybė, pasirinkimai, užbaigimas yra etapai...?(3.1)	
X	GROW modelio
	OSCAR modelio
	CLEAR modelio

Kas yra kelionės paketas? (3.2.1)	
X	Dviejų ar daugiau produktų derinys, pateikiamas kaip vienas išpardavimas, suteikiantis klientui pranašumą nei perkant juos atskirai
	Kulinarinis turizmas
	Kelių lėktuvo bilietų pirkimas

Jūsų verslo poreikių nustatymas, pavyzdžiui, reikia daugiau užsakymų darbo dienomis, ilgesnės viešnagės, daugiau kelionių ne sezono metu yra ... pavyzdys? (3.2.2)	
X	Kelionės paketo kūrimo
	Maisto ir kultūros festivalių
	Atostogų planavimo

Ar tiesa, kad paketą reikėtų reklamuoti ne tik jo pristatymo metu, bet ir dabartinių reklaminių galimybių metu, kalbant apie marketingą, pvz. prisitaikyti prie vietinių įvykių, švenčių sezonų? (3.2.3)	
X	Taip
	Ne

Ar geras patarimas klausytis savo klientų ir žiūrėti internetines apžvalgas, kad surinkti atsiliepimus? (3.2.3)	
X	Taip
	Ne

Koučingo sutartis yra bendras žodinis susitarimas, prieš kurį vyksta koučerio ir kliento diskusija? (4)	
X	Taip
	Ne
	Visi atsakymai teisingi

Valia (bendras sprendimas dėl ugdomosios veiklos formos ir turinio) – vienas iš veiksmų vertinant bendradarbiavimą su koučerių (5)	
X	Taip
	Ne

Mentorystė/koučingas gali būti traktuojamas kaip įgūdžių, įgytų anksčiau ir patyrusių darbuotojų perduotas besimokantiems, mokymas (koučerio ir mokinio santykiai). (5)	
X	Tiesa
	Netiesa