|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **BEM sadržaj**  **(za sve partnere)** | Naziv mikrokvalifikacije | Digitalni promoter ruralnog turizma (Digitalni marketing za ruralni turizam) | | | | |
| Svrha mikrokvalifikacije | **Specijalizacija / Unapređenje vještina**  Ovaa mikrokvalifikacija pruža polaznicima ključne vještine iz oblasti digitalnog marketinga potrebne za efikasnu promociju ruralnog turizma. Namijenjena pojedincima i preduzećima u ruralnim područjima, program stavlja akcenat na korišćenje digitalnih alata za privlačenje posjetilaca, povećanje vidljivosti lokalnih atrakcija i podršku održivom razvoju turizma.  Polaznici će steći duboko razumijevanje strategija digitalnog marketinga, uključujući upravljanje kampanjama na društvenim mrežama, kreiranje biltena putem e-pošte i optimizaciju profila na platformama za rezervacije. Mikrokvalifikacija takođe daje prioritet održivosti kroz integraciju zelenih turističkih praksi u digitalne kampanje. Polaznici će naučiti kako promovisati ekološki prihvatljive inicijative, poput prakse "od farme do stola," korišćenja obnovljive energije u smještajima i programa smanjenja otpada. | | | | |
| Ciljne grupe (kome je namijenjen) |  Operateri ruralnog turizma i vlasnici malih preduzeća.   Preduzetnici u turističkom sektoru.   Nevladine organizacije (NVO) i lokalni službenici zaduženi za ruralni razvoj.   Frilenseri i konsultanti specijalizovani za digitalni marketing ili turizam.   Studenti turizma, marketinga ili ugostiteljstva. | | | | |
| Sektor | * Digitalni marketing * Turizam i ugostiteljstvo * Ruralni razvoj | | | | |
| Oblast(i) primjene/Radno okruženje |  Poslovi ruralnog turizma (npr. farme, eko-kolibe, seoska domaćinstva).   Marketinške agencije koje podržavaju ruralni turizam.   Nevladine organizacije (NVO) fokusirane na ruralni razvoj i turizam. | | | | |
| Tipični poslovi/Radni zadaci |  Kreiranje i sprovođenje kampanja na društvenim mrežama za promociju ruralnih destinacija.   Upravljanje platformama za rezervaciju (npr. Airbnb, Booking.com) kako bi se osigurala vidljivost i zadovoljstvo gostiju.   Kreiranje i distribucija email biltena sa specijalnim ponudama i ažuriranjima.   Proizvodnja visokokvalitetnog vizuelnog sadržaja (npr. fotografije, video) za digitalne platforme.   Saradnja sa lokalnim preduzećima u kreiranju turističkih paketa.   Analiza performansi digitalnog marketinga korišćenjem alata kao što su Google Analytics ili Facebook Insights. | | | | |
| Ishodi učenja (profesionalne I ključne kompetencije) | Znanja | Vještine | | | Kompetencije |
|  Principi i strategije održivog turističkog marketinga i njihova primjena.   Osnovni algoritmi i alati vodećih platformi društvenih mreža.   Karakteristike i funkcionalnosti online platformi za rezervacije. | **Računarske vještine**   * Stručnost u upravljanju profilima na društvenim mrežama poput Facebook-a, Instagrama i Twitter-a. * Sposobnost korišćenja alata za email marketing, poput MailChimp-a, za kreiranje i distribuciju biltena. * Poznavanje analitičkih alata za procjenu efikasnosti marketinških kampanja.   **Profesionalne vještine**   * Postavljanje i upravljanje profilima na platformama za rezervacije (npr. Airbnb, Booking.com) radi privlačenja gostiju. * Dizajniranje i realizacija plaćenih reklamnih kampanja na platformama društvenih mreža. * Kreiranje privlačnog sadržaja, poput opisa i vizuala, za oglase i marketinške kampanje. * Redovno ažuriranje oglasa s kvalitetnim fotografijama, detaljnim opisima i preciznim kalendarima dostupnosti.   **Lične vještine**   * Efikasna komunikacija u cilju odgovaranja na upite i angažovanja s kupcima putem interneta. * Prilagodljivost i rješavanje problema kako bi se održala pozitivna online reputacija kroz pravovremene odgovore na recenzije i povratne informacije. * Kreativnost u razvoju privlačnog i jedinstvenog marketinškog sadržaja. * Odgovornost u osiguravanju usklađenosti s principima održivog turizma i etičkih praksi. | | |  Samostalna primijeni alate društvenih mreža i platformi za rezervacije kako bi se unaprijedila marketinška i operativna efikasnost.   Pokaže odgovornost u održavanju ažuriranih, vizuelno privlačnih i preciznih online profila i oglasa.   Koordiniše principe održivog turizma s digitalnim marketinškim strategijama kako bi se osigurala etička i efikasna promocija.   Razvije profesionalne komunikacijske vještine za upravljanje odnosima s kupcima i odgovaranje na povratne informacije.   Preuzima inicijativu u praćenju i optimizaciji digitalnih kampanja za kontinuirano poboljšanje angažmana gostiju i poslovnih rezultata. |
| Priznato/Prihvaćeno od  (Validacija) | Kriterijumi | | Procedure | | |
|  Uspješno postavljanje i upravljanje profesionalnim profilima na društvenim mrežama.   Kreiranje i realizacija kompletne digitalne marketing strategije za biznis u ruralnom turizmu.   Dostavljanje portfolija koji uključuje:   * Objave na društvenim mrežama i reklamne kampanje. * Biltene putem e-pošte ili marketing kampanje. * Razvijen profil na platformi za rezervacije sa visokokvalitetnim vizualima i opisima. | | | * Formiranje komisije za procjenu * Izrada prakticnog projekta na zadatu temu * Praktična procjena od strane stručnjaka za marketing i turizam. * Povratne informacije od testne publike ili mentora o digitalnim kampanjama. * Online kvizovi koji pokrivaju principe digitalnog marketinga i prakse održivosti. *  Procjena scenarija za rješavanje problema (npr. dvostruke rezervacije, upravljanje online recenzijama). | |
| (Potvrđeno Sporazumom o razumijevanju) | * Regionalna razvojna agencija za Bjelasicu, Komove i Prokletije. * Turistička organizacija Berane. * Centar za stručno obrazovanje * Ispitni centar | | | | |
| Pružaoci usluga |  Stručne škole.   Profesionalni centri za obuku.   Nevladine organizacije specijalizovane za turizam i ruralni razvoj. | | | | |
| **Dodatne informacije (ukoliko je primjenjivo)** | Uslovi za pohađanje obuke |  Osnovno znanje principa digitalnog marketinga.   Interesovanje za ruralni turizam i online alate.   Poznavanje rada na računaru i društvenim mrežama.  **Predloženo vrijeme učenja:**   * **Teorijska nastava (20 sati):** Osnove digitalnog marketinga i održivog turizma. * **Praktična obuka (30 sati):** Upravljanje društvenim mrežama, kreiranje sadržaja i optimizacija platformi za rezervacije. * **Samostalni rad (20 sati):** Dizajniranje kampanja i razvoj promotivnog sadržaja. * **Evaluacija (10 sati):** Priprema i prezentacija portfolija.   **Ukupno vrijeme:** 80 sati | | | | |
| Preporučeno trajanje obuke |
| **Detaljni sadržaj**  **(nacionalni, ukoliko je potrebno)** | Mjesto u postojećim obrazovnim programima | Regulisano Zakonom o Nacionalnom kvalifikacionom okviru (NQF) Crne Gore. | | | | |
| Referenca ka nacionalnom okviru kvalifikacija |
| Broj kredita  3,5 ECTS |