



Erasmus+

READY 4
FUTURE



ES programma izglītībai, apmācībai, jaunatnei un sportam, no 2014. līdz
2020. gadam

KA2 – Sadarbība, kas rada inovācijas un lietderīgas prakses apmaiņu

Stratēģiskas partnerattiecības profesionālajai izglītībai un apmācībai

R4F - Gatavi nākotnei: Skolotāju apmācīšana ar nākotnē
vajadzīgām iemaņām

O3 – GATAVI NĀKOTNEI Apmācības materiāli



Erasmus+

READY 4
FUTURE



1.MODULIS

Datorprasmes: DATORA LIETOŠANA UN INFORMĀCIJAS PĀRVALDĪŠANA

Digital skills

Browsing, searching and filtering information

Evaluating information

Storing and retrieving information

Interacting through technologies

Sharing information and content

Collaborating through digital channels

Netiquette

Developing content

Integrating and re-elaborating

Identifying needs and technological responses

Innovating and creatively using technology



Erasmus+

READY 4
FUTURE



Ievads

Šī moduļa mērķis ir attīstīt un uzlabot datorprasmes lauku tūrisma nozarē, tādā līmenī, ka dalībnieki var izmantot iegūtās iemaņas savas uzņēmējdarbībā un tās attīstībā, kā, piemēram, komunicējot ar klientiem un pārvaldot informāciju.

Mērķi

- Lai uzzinātu, kādi ir vajadzīgie tehnoloģiju uzlabojumi, lai lauku tūrisma nozares uzņēmumi spētu attīstīties;
- Lai radītu jauninājumus uzņēmumu atbalstam, izmantojot jaunākās datortehnoloģijas;
- Lai pārlūkotu, sameklētu, atlasītu, novērtētu informāciju lauku tūrismā;
- Lai novērtētu, uzglabātu un iegūtu informāciju, lauku tūrismā;
- Lai sazinātos ar partneriem un klientiem, izmantojot dažādus digitālos kanālus;
- Lai izstrādātu saturu mājaslapām, reklāmas materiāliem, izmantojot dažādas multimediju tehnoloģijas;
- Lai ievērotu komunikācijas noteikumus virtuālajā vidē.

Darba uzdevumu sadalījums

- Šeit ietilpst vienpadsmit nodaļas ar pamata teoriju, kurā izskaidroti jēdzieni, kas saistīti ar datorprasmi apgūšanu.
- Iekļauti 9 ilustratīvie piemēri, kuru mērķis ir veicināt izpratni par teorētiskajiem konceptiem.
- Ir 7 aktivitātes, kas varētu palīdzēt uzlabot kāda paša zināšanas šajā jomā.
- Atsauces nodaļu beigās palīdz dziļāk izzināt pētītās tēmas.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



PRIEKŠVĀRDS

Virtuālais lauku tūrisma serviss iekļauj ir daudz dažādu informācijas pakalpojumu, kā, piemēram, uzņēmuma pakalpojumi interneta tīklā (rezervācija) vai dažāda satura publicēšana mājaslapā (par dabu, vēsturi, utt). Tas ir saistīts ar faktu, ka lauku tūrisms ir galvenokārt orientēts uz indivīdu vajadzībām. Svarīgs mērķis lauku tūrismam ir piedāvāt daudzveidīgu programmu. Pakalpojumu sniedzēji lauku tūrisma nozarē vēlas pakalpojumus, palīdzību un sadarbību šajā jomā. Vispirms viņi lūdz padomu, kā ieguldīt izmitināšanas kapacitātē un, kā to izmantot savā labā. Viņi meklē saistību ar informācijas sistēmu, viņi varētu sadarboties bezmaksas izmitināšanas piedāvājumos. Tas šķiet saprātīgi, lai veidotu pakalpojumu sniedzēju pievienoto vērtību vairākiem lauku tūrisma pakalpojumiem.

Efektīva virtuālā lauku tūrisma informācijas sistēma var būt veidota ar Ģeogrāfisko Informācijas Sistēmu (ĢIS).



Erasmus+

READY 4
FUTURE



1. SAPRAST, KAS IR VAJADZĪGAIS UN IEGŪT REZULTĀTU AR TEHNOLOĢIJU PALĪDZĪBU

Ievads: vajadzību novērtējums, kas saistīts ar tehnoloģijām

Šajā solī, lauku tūrisma uzņēmēji tiek aicināti veikt viņu vajadzību novērtējumu, lai novērtētu pašreiz izmantotās tehnoloģijas, tādējādi definējot, ko vajadzētu sasniegt attiecībā uz komunikāciju un publicētā satura attīstību jaunajām tehnoloģijām. Pedagogi var palīdzēt viņiem šajā jomā.

Izvērtēt pašreiz izmantotās tehnoloģijas

Kā daļa no prasībām identificējot, - ir svarīgi, ka tiek aprakstītas pašreiz izmantotās tehnoloģijas un salīdzinātas to ar informāciju, kas tika apkopota, kad tika veikts vajadzību novērtējums. Šis novērtējums palīdzēs noteikt prioritātes un parādīt, kuras vietās izmaiņas var radīt pozitīvāko ietekmi.

Jāplāno novērtēt sekojošais:

- Operētājsistēmu - vai tā ļauj darbiniekiem ar redzes, dzirdes, kustību un valodas traucējumiem pielāgot opcijas pēc viņu vajadzībām?
- Ofisa produktivitāti un saziņas programmatūru, kā, piemēram, vai teksta apstrādes, e-pasta un prezentāciju programmas ir pieejamas?
- Vai papildus lietotās tehnoloģijas ir saderīgas ar jūsu pašreizējo operētājsistēmu un ofisa programmatūru?
- Vai iekšējās tehnoloģiju sistēmas, piemēram, iekštīkla vietnes un pirkšanas pieteikumi, ir pieejami visiem darbiniekiem?
- Vai klientu apkalpošanas sistēmas, piemēram, jūsu organizācijas tīmekļa vietne/ e-komercijas vietne, ir pieejamas skārienekrānu ierīcēs vai bankomātos?

Jautājumi par pašreiz izmantotajām tehnoloģijām:

- Kā jūsu pašreiz izmantotās tehnoloģijas atbilst jūsu darbinieku un klientu pieejamības vajadzībām?
 - Vai darbinieki var efektīvi sadarboties un sazināties neatkarīgi no viņu spējām?
 - Vai izmantotās tehnoloģijas pieļauj to pielāgošanu, lai katrs varētu būt produktīvāks?
- Pēc šīs izvērtēšanas, jums būtu jābūt izpratnei par pašreizējo stāvokli jūsu izmantotajās tehnoloģijās salīdzinājumā ar vajadzībām.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



Darbiniekiem un klientiem jābūt iespējai pielāgot savām vajadzībām sekojošo:

- Mainīt fonta lielumu, krāsu un teksta tipu ekrānā
- Pielāgot teksta un fona krāsas
- Pielāgot skaņas opcijas, tajā skaitā iespēju saņemt audio informāciju vizuāli (piemēram, slēgtos parakstus vai audio aprakstus multimedijiem), tāpat kā mutiski
- Pielāgot laikus
- Atceltu vai mainīt ekrāna mirgošanas ātrumu
- Saņemt alternatīvas skārienjūtīgām lietojumprogrammām
- Pielāgot rīkjoslas, lai atvieglotu piekļuvi biežāk lietotajām ikonām
- Dalīties ar datoriem (piemēram, mācību laikā)
- Koriģēt tastatūras iestatījumus, lai palīdzētu personām ar traucējumiem, piemēram, kā: roku trīce vai cilvēkiem, kuri izmanto dažus pirkstus vai vienu roku vai arī rokas neizmanto
- Darboties ar datoru un veikt darbības tajā ar tastatūru, nevis peli
- Palielināt kursora redzamību monitorā
- Pievienot palīgtechnoloģijas specifiskiem traucējumiem
- Izmantot alternatīvas peles, ja ir kustību traucējumi

Lai efektīvi pārvaldītu jūsu uzņēmumu, tehnoloģijām vajag nodrošināt veidus kā darbiniekiem:

- Viegli piekļūt mājaslapām
- Izmantot e-pastu un tūlītējo ziņojumapmaiņu, lai komunicētu
- Izmantot teksta apstrādes sistēmu sadarbojoties
- Kopīgot dokumentus
- Pārvaldīt lielus datu apjomus
- Kārtot un pārvaldīt failus un mapes

Atsauces: <https://www.microsoft.com/enable/business/accrequire.aspx>



1. ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Jautājumi, kuri palīdzēs jums noteikt riska līmeni jūsu organizācijas tehnoloģiju novērtējuma fāzei

- Vai jūsu pamata tehnoloģijas ir pieejamas? Novērtējiet pēc šiem kritērijiem:
 - Operētājsistēma darbinieku darbavirsām
 - Serveru operētājsistēmas
 - Ofisa programmatūra
 - Specifiskas aplikācijas un programmas lauku tūrismam



Erasmus+

READY 4
FUTURE



- Vai jūsu uzņēmumā izstrādātās lietojumprogrammas ir pieejamas izmantošanai gan jūsu darbiniekiem, gan klientiem?
 - Vai darbinieki lieto šīs lietojumprogrammas? Ja tās nav pieejamas, vai tiek piedāvātas alternatīvas? Vai alternatīvas ir ar līdzvērtīgu funkcionalitāti un ērtumu? Vai lietojumprogrammas lietošana ir darba prasība? Vai visiem nepieciešams lietot šo lietojumprogrammu? Cik bieži?
 - Vai lietojumprogrammu izmanto klienti? Ja tas nav pieejama, vai tiek piedāvātas alternatīvas iespējas?



1. UZDEVUMS: Saprast, kas ir vajadzīgais un iegūt rezultātu ar tehnoloģiju palīdzību

Tūrisms ir intensīvas un sensitīvas informācijas industrija, kurā elektroniskā tirdzniecība un interneta tehnoloģijas, un ĢIS, ir nozīmīga loma. Ir skaidrs, ka veids, kā informācija tiek pasniegta un pieejama tūristam, kurš meklē informāciju, ir liela ietekme uz tūrista lēmumu un gandarījumu pēc pakalpojuma saņemšanas.

Tā kā internetam mūsdienās ir milzīga popularitāte, visu veidu tūrisma informācijas sniedzējiem jau ir mājaslapas internetā, lai būtu pieejams pilnīgs apraksts par tūrisma galamērķiem un lai parādītu kādi ir piedāvātie pakalpojumi. Gandrīz visas mājaslapas atbalsta statiskā HTML-lapa.

Darba laiks: 50 minūtes

1. Ieslēgt datoru ar ieslēgšanas pogu.
2. Atpazīt izvēlnē attēlotās ikonas.
3. Trenēties pārslēgt lietotājus, restartēt, hibernēt, un izslēgt datoru.
4. Izprast kādi raksturlielumi ir datoram un operētājsistēmai, ar ko strādājat.
5. Instalēt un atinstalēt programmu, ko ir izvēlēties jūsu treneris.
6. Apdomājiet, pēc kā tūrisma pakalpojumu sniedzējam lauku apvidū no jūsu reģiona, ir nepieciešamība attiecībā uz IKT tehnoloģijām.
7. Lietot programmu Paint, lai izveidotu zīmējumus, piemēram, lauku naktsmītnēm.
8. Ierakstīt skaņu vai izstrādāt reklāmas saukli lauku reģiona viesnīcām vai hoteliem.
9. Izveidot filmu, izmantojot viedtālruna kameru vai ko līdzīgu Jums pieejamu, vai izstrādāt reklāmas tekstu vai saukli, argumentējot, kāpēc tūristiem vajadzētu apmeklēt tieši reklamēto lauku teritoriju. Tad saglabājiet to uz datora darba virsmas.



Erasmus+

READY 4
FUTURE





Erasmus+

READY 4
FUTURE



2. INFORMĀCIJAS PĀRLŪKOŠANA, MEKLĒŠANA UN ATLASĪŠANA PAR GLOBĀLAJĀ TĪMEKLĪ

Ievads: pārlūkprogramma

Pārlūkprogramma ir paredzēta globālā tīmekļa dokumentu izskatīšanai, lai atrastu lietotājam vajadzīgo informāciju. Konkrētu tīmekļa lappusi var atvērt, norādot pārlūkprogrammas adresi laukā tīmekļa adresi (vietrādi URL). Izvēlēta lappuse tiek lejupielādēta lietotāja datorā un parādīta pārlūkprogrammas logā, to atļauj izdarīt protokols HTTP. Šī programma ļauj lasīt tekstu un parādīt attēlus vai citu multivides informāciju, kas glabājas mājaslapas serverī. Parasti pārlūkprogramma saņem informāciju no failiem, kas satur tekstu, kas uzrakstīts **HTML** (Hiperteksta iezīmēšanas valoda).

Pārlūkprogrammas funkcijas

Pārlūkprogramma nodrošina sekojošo:

- uzturēt tīkla kustību un radīt iespēju skatīt dokumentus
- izmantot grāmatzīmi - saglabātas apmeklēto lapu adreses, lai varētu tām ātrāk piekļūt
- lietot iespēju vēsture – saraksts arpēdējā laikā apmeklētājām mājaslapām
- kopēt informāciju – lejupielādēt
- augšupielādēt failu no datora uz tīkla datoru
- izmantot meklēšanas pakalpojuma informāciju -, piemēram, Google
- rast piekļuvi citiem informācijas pakalpojumiem
- rast piekļuvi citiem pakalpojumiem: e-pasts, ziņas, ftp failu pārsūtīšanas pakalpojums utt.

Interneta meklētājs: Izvēlēties meklētāju

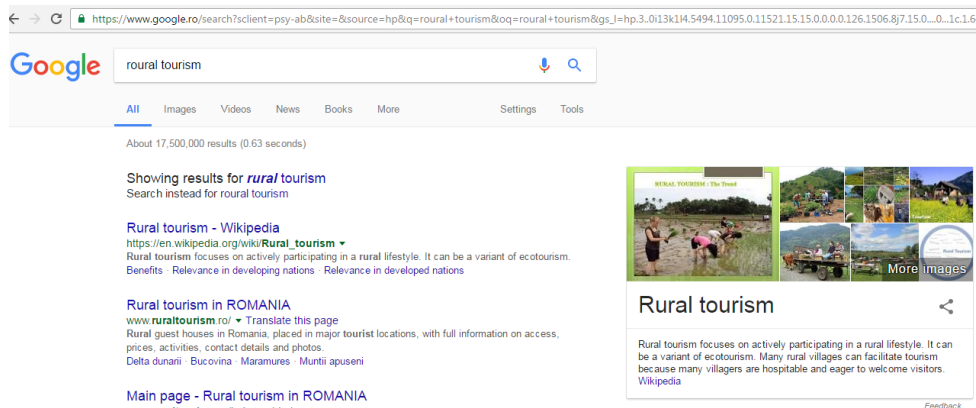
Meklētājprogrammas (1. att.) ir specializēti serveri, lai saglabātu pamata informāciju (t. i., "informāciju par informāciju"), kas ļauj lietotājiem atrast informāciju, kas viņiem nepieciešama, mājaslapās, kur šī informācija pastāv. Izvēlēties meklētājprogrammu var vairākos veidos:

- ierakstot tā vietrādi (URL) adresi joslā un nospiešot Ievadīt;
- Izmantojot opciju "vēsture" adresi joslā vai grāmatzīmju sarakstā atrodot vajadzīgo adresi meklētājprogrammai (ja tai ir piekļūts nesen vai adrese saglabāta izlasē);
- ar meklēšanas rīkjoslā palīdzību, kas atver dialogu ar vairākām meklēšanas opcijām: atrast mājaslapu, atrast cilvēku, atrast karti utt.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



1. att.: Google meklētājprogramma

Šīs ir dažas no efektīvākajām meklētājprogrammām: www.google.com, www.yahoo.com, www.altavista.com. Ir iespējams arī atrast mazākas meklētājprogrammas ar specifiskāku informāciju.



2. ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Grāmatzīmju veidošana

Atcerieties šādu piezīmi: tīmekļa vietnes var atzīmēt kā izlases vai atzīmēt kā grāmatzīmi pārlūkprogrammā, bet pastāv arī sociālās grāmatzīmes, kas izmanto interneta pārlūkprogrammu (2. att.).

Sākumā nepieciešams atrast šādu vietni (kā, piemēram, del.icio.us) un izveidot bezmaksas kontu. Pēc uzņemšanas, tagu poga tiks pievienota pārlūka - izmantot, ja vēlaties pievienot jaunas grāmatzīmes; ir opcijas, lai pievienotu atslēgvārdus vai frāzes, kas apraksta atzīmētās vietas. Saglabātās lapas tiek glabātas personīgā sarakstā, to var sašķirot un organizēt atbilstoši atlasēs kritērijiem.

Tā kā sociālo grāmatzīmju vietne ir publiska, ikviens var apskatīt piezīmes, ko citi ir pievienojuši un izmantot tagus tādā pašā veidā.

Šis rīks tiek izmantots salīdzinoši maz pedagogu vidū, kā arī studentu un skolēnu vidū.



2. att.: Bookmarking



2. UZDEVUMS: Informācijas meklēšana internetā

Darba laiks: 30 minūtes

1. Atvēriet interneta pārlūkprogrammu un sameklējiet savu iecienītāko meklētājprogrammu. To izmantojot, sameklējiet sekojošo:
2. Iestatiet pārlūka sākulapu kā tukšu lapu.
3. Apskatiet apmeklēto mājaslapu sarakstu.
4. Saglabājiet kā izlasi adresi www.ministerululturismului.ro.
5. Kāda ir Mihaela Šumahera mājas adrese?
6. Atrodiet Rumānijas karti!
7. Cik rezultāti ir meklējot vārdus "klijas" un "drakula"?
8. Cik daudz atšķirīgu rezultātu ir, kad meklējat vārdu "dators"?
9. Meklējiet meklētājprogrammā vārdus - "tūristu viesu māja".
10. Kādi būs rīt laikapstākļi Targumarešā?
11. No kura uzņēmuma var nopirkt internetā ceļvežus ?
12. Kurā tīmekļa vietnē var atrast informāciju par lauku tūrismu?
13. Kāda ir programma viduslaiku festivālam "Sighisoara" ?
14. Cik kilometru ir no Bukarestes līdz Targumarešai?
15. Nākamajā vasarā jūs vēlaties rīkot jāšanas sporta pasākumu Moldovā. Kuri ceļojumu aģenti tiešsaistē piedāvā šo iespēju?
16. Jūs meklējat dažas skaistas bildes, kurās attēlota Moldova. Jums būs jāizlemj, vai pārlūkot internetu un tur atrast bildes, vai labāk doties uz Moldovu, lai personīgi uzņemtu bildes.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



3. INFORMĀCIJAS IZVĒRTĒŠANA

Ievads: informācijas atrašana

Globālais tīkls piedāvā informāciju un datus no visas pasaules. Liela daļa no tās ir pieejama visiem un var šķist diezgan apšaubāma, tādēļ ir nepieciešams attīstīt iemaņas, lai novērtētu to, ko jūs atradīsiet.

Kad izmantojat pētniecības un akadēmiskās bibliotēkas - grāmatas, žurnālus un citus resursus, jau ir novērtējuši zinātnieki, izdevēji un bibliotekāri. Katram resurss, ko var atrast, jau ir novērtēts vienā vai otrā veidā, pirms jūs to atrodat.

Kad izmantojat globālo tīklu, viss ir pavisam citādāk. Nav neviena, kas pārbauda internetā ievietoto informāciju un tās patiesumu. Tā kā jebkurš var izveidot mājaslapas, ir liels dokumentu klāsts, kuriem kvalitāti nav iespējams noteikt.

Svarīgākais izvērtējot informāciju

Autortiesības ir galvenais kritērijs izvērtējot informāciju.

Publicēšana palīdz novērtēt jebkura veida dokumentu jūs lasāt.

Skatu punkts mums parāda to, ka informācija reti kad ir neitrāla. Izvērtējot informāciju, kas atrodama internetā, ir svarīgi izvērtēt, kas nodrošina "informāciju", kuru lasāt un vēlaties izmantot, un vai tajā iekļauts autora personīgais viedoklis.

Zināšanas publikāciju jomā attiecas uz kontekstu, kurā cilvēkiem ir kāda informācija par vēlamu galamērķi no dažādiem dokumentiem.

Precizitāte vai pārbaudāmība detaļās ir svarīga vērtēšanas procesa daļa, it īpaši, kad jūs lasāt informāciju internetā par nepazīstamu vietu, ko iesniegusi kāda nepazīstama organizācija, vai arī kad informācija ir neparasta un grūti saprotama.

Informācijas atbilstība attiecas uz informācijas laicīgumu. Izdrukātajos dokumentos, publicēšanas datums ir pirmais indikators, kas norāda uz to, ka tā ir atbilstoša informācija. Daudziem datu tipiem laicīgi atjaunota informācija ir ārkārtīgi svarīga, tāpat kā regulārā atjaunošana šai informācijai (piemēram, grafiki transportam ziemā vai vasarā).

Informācijas atlasīšana un šķirošana. Daudzi lietotāji lauku tūrisma mājaslapās vēlas veikt dažādas darbības, kā, piemēram, meklēt naktsmājas, uzzināt gaidāmos notikumus vai aplūkot izklaides iespējas. To var izdarīt meklējot un pārlūkojot:

- Meklēšanā izmanto meklētājprogrammas vai specifiskākās to versijas, kas tiek piedāvātas
- Pārlūkošanā ietilpst dažādu tēmu un kategoriju aplūkošana tiešsaistē.



3. ILUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Veidi, kā šķirot un atlasīt informāciju

Naktsmītnes	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Alfabētiski</i> • <i>Kvalitātes vērtēšana (no augstākā uz zemāko, no zemākā uz augstāko)</i> • <i>Cena (no augstākās uz zemāko, no zemākās uz augstāko)</i> • <i>Attālums no..</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Iespēja rezervēt tiešsaistē</i> • <i>Naktsmītnes veids (piem., viesnīca, viesu māja, u.t.t)</i> • <i>Pēc labiekārtojuma (piem., draudzīgs bērniem, ir iespēja piekļūt cilvēkiem ar kustību traucējumiem)</i>
Izklaides	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Alfabētiski</i> • <i>Izklaides vieta (piem., zoodārzs, vēsturiska vieta)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ieeja par brīvu</i> • <i>Vai ir iespējams rezervēt tiešsaistē</i>
Pasākumi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Alfabētiski</i> • <i>Pasākuma datums</i> • <i>Pasākuma veids (piem., teātris, mūzika, dejošana)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pasākumi, kas notiek šonedēļ</i> • <i>Gaidāmie pasākumi nākamajām 7 dienām</i> • <i>Dienas laiks (piem., pusdienlaiks, vakars)</i> • <i>Pasākums ir bez maksas</i>

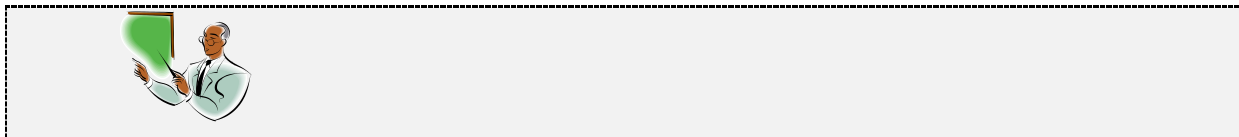
Atsauces:

http://www.edb.utexas.edu/petrosino/Legacy_Cycle/mf_jm/Challenge%201/evaluating%20information%20on%20internet.pdf



Erasmus+

READY 4
FUTURE



4. INFORMĀCIJAS SAGLABĀŠANA UN IEGŪŠANA

Ievads – jēdzienu definīcijas

Informācijas glabāšana ir process, kurā informācija tiek uzglabāta dažādos veidos (cietais disks (HDD), zibatmiņa u.t.t.), un informācijas iegūšana ir process, kurā uzglabātā informācija tiek izmantota vadoties pēc vajadzībām.

Informācijas glabāšana

Galvenais informācijas glabāšanas mērķis ir nodrošināt vieglu tās atgūšanu nākotnē, kad tas būs nepieciešams. Tā ir arī daļa no uzņēmējdarbības prakses.

Dokumentus jāuzglabā pareizi, lai tos būtu vieglāk atrast. Atkarībā no informācijas veida, informāciju glabāt ugunsdrošos skapjos (failiem, kurus nevar saglabāt tiešsaistē vai diskos), kā cietajos diskos vai citās elektroniskās uzglabāšanas ierīcēs

Jums noteikti būs jāuzglabā dažāda veida informācija. Tie var būt noslēpumi, kas saistīts ar uzņēmumu, ļoti konfidenciali dokumenti, kas saistīti ar uzņēmumu vai darbiniekiem, vai klientiem. Tāpat datnes jāuzglabā saskaņā ar visām konfidencialitātes procedūrām un jābūt aizsargātām saskaņā ar datu aizsardzības aktu, jo tā ir informācija, kas nepieciešama, lai sniegtu kvalitatīvu pakalpojumu, kā arī lai nodrošinātu netraucētu uzņēmuma darbību.

Informācijas iegūšana

Informācijas iegūšanas mērķis ir nodrošināt kvalitatīvu pakalpojumu īstajai personai īstajā laikā ar visu nepieciešamo informāciju. Var viegli iegūt informāciju tikai tad, ja datus uzglabā pareizi.

Informāciju var iegūt mārketinga nolūkiem, saziņai, uzraudzībai, aptaujām un citiem pētījumiem, ko organizācija varētu veikt. Informācija tiks iegūta arī situācijās, kurās ar to vajadzētu dalīties ar partneruzņēmumiem vai policiju vai nodokļu iestādēm.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



4. ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Informāciju veidi, kuri varētu tikt izdzēsti tūrisma kompānijā

Uzņēmums var turpināt apkopot/ievākt informāciju uzņēmuma darbības laikā. Alpu lauku tūrisma kompānijai ir šādi faili, kas attiecas uz klientiem un pakalpojumu saņēmējiem:

- vārdi, personas kodi, e-pasta adreses, tālruņa numuri, uzturēšanās ilgums,
- identifikāciju kopijas, reģistrācijas formas (uz papīra).

Būs aizvien jauni un jauni klienti, kuri izmantos Jūsu pakalpojumus un datu bāzē krāsies vēl vairāk šo klientu informācijas, bet ar laiku šī informācija kļūs nederīga un aizņems lieku vietu serveros.

Alpu Lauku tūrisma uzņēmumam ir noteikumi, kas informē par to, cik ilgi dati ir jāglabā datu bāzē (5 gadi) un cik ilgi jāsauglabā fiziskie faili (uz papīra), kas ir 2 gadi. Pēc šī laika nevēlamus datus un failus var dzēst un fiziskos failus - iznīcināt, ievērojot drošības un konfidencialitātes procedūras.

Dzēšana (elektroniski faili) un smalcināšana (fiziskie faili) ir procesi, ko izmanto, lai informāciju dzēstu. Būtu regulāri jāpārskata reģistrēto informāciju un automatizētas sistēmas, kas būtu jāreģistrē pārbaudei, lai tos pārskatītu, un pēc vajadzības jāizdzēš.

Datu glabāšanai un iegūšanai ir liela nozīme uzņēmuma darbības uzlabošanā, un tas var notikt gan bezsaistē, gan tiešsaistē, kā arī dažādos formātos.



3. UZDEVUMS: Piegādātāja datu bāze

Darba laiks: 20 minūtes

Iztēlojieties, ka esat lauku tūrisma uzņēmuma īpašnieks.

1. Definējiet svarīgākos pakalpojumus, ko Jūsu uzņēmums var sniegt klientiem.
2. Nosakiet, kāda veida piegāde nepieciešama jūsu uzņēmuma darbībai.
3. Sakārtojiet datu bāzes formātu ar piegādātājiem un kritērijiem, lai tos novērtētu savlaicīgi.
4. Atrodiet internetā piegādātājus, kuri ir piemēroti, jūsu reģionā.
5. Reģistrējiet tos savā datu bāzē.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



5. SAZIŅA AR TEHNOLOĢIJU PALĪDZĪBU

Ievads: datu pārvaldīšana

Ar saziņas tehnoloģijām ātrāk un efektīvāk var piekļūt un darboties ar datiem. Pārvaldiet savus datus, lai ar tiem būtu iespējams efektīvāk strādāt.

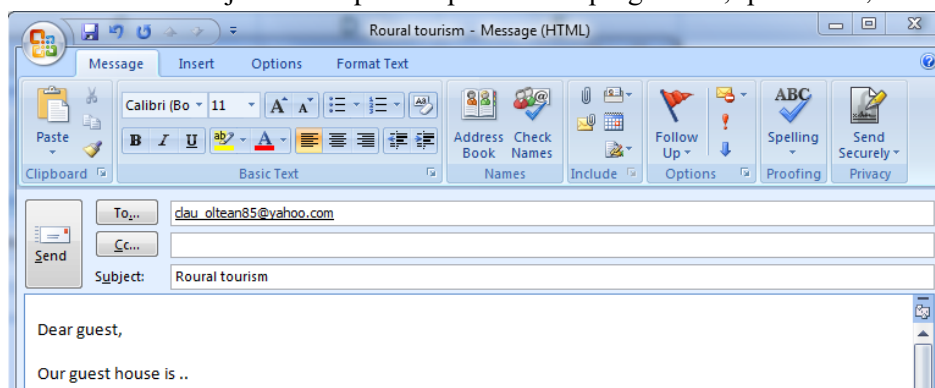
Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas

Saziņa caur informācijas un komunikācijas tehnoloģijām ir viens no galvenajiem konkurētspējas faktoriem, ciktāl tas attiecas uz tūrisma mārketingu un stratēģisko tūrisma pārvaldīšanu. Tas samazina darījumu un darbības izmaksas. Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju iesaistīšana ir nozīmīga tūrisma konkurētspējā un pārvaldībā dažādās tūrisma nozarēs un arī citās cieši saistītās nozarēs.

Elektroniskais pasts

Visizplatītākais veids, kā izmantot šīs tehnoloģijas lauku tūrismā, ir elektroniskais pasts.

To var izmantot jebkura e-pasta tipa klienta programma, piemēram, Outlook Express (3. att.).



3. att.: Outlook e-pasta programma





Erasmus+

READY 4
FUTURE



4. UZDEVUMS: Saziņa caur elektronisko pastu

Darba laiks: 25 minūtes

3. Uzdevumā Jūs izanalizējat, kuri ir galvenie pakalpojumi, ko uzņēmums var sniegt klientiem.

Lai sniegtu pakalpojumus, jums ir jāsadarbojas ar klientiem.

Izlemiet, kāda veida komunikācija jums ir nepieciešama ar saviem klientiem (2 – 3 paziņojumi), izmantojot e-pasta ziņojumus.

Sagatavot paziņojumus:

- Ierakstiet tēmu tēmas lodziņā
- Ierakstiet pamattekstu e-pastā
- Ja nepieciešams, pievienojiet pielikumus, lai padarītu Jūsu ziņojumu pārlicinošāku.

Lūdzu, sazinieties ar kādu no saviem kolēģiem un palūdziet, lai viņš/a novērtētē Jūsu paziņojumus,



6. INFORMĀCIJAS KOPĪGOŠANA

Ievads: informācijas meklēšana

Tā kā tūristi meklē visur jaunu pieredzi, izgūstot attiecīgo informāciju tīmeklī par konkrētu mērķi (piemēram, komentāri, videoklipi, attēli, attēli, stāsti), pielāgoti produkti (piemēram, brīvdienas, ceļojumu u.c.) un izvēle katrai detaļai un cenu salīdzināšana var būt izaicinājums.

Informāciju tehnoloģijas - Web 2.0

Daudzas tūrisma kompānijām reklamē un pārdod pakalpojumus, izmantojot viņu pašu mājaslapas un rezervēšanas portālus. Interneta kultūra ir radikāli atīstījusies un popularizējusies un mūsdienās mēs informāciju varam koplietot, izmantojot Web 2.0 sistēmas, kas nozīmē, ka ir interaktīva vide, kurā var apmainīties ar informāciju un atsauksmēm. Sociālie tīkli ir rezultāts Web 2.0 īstenošanai un sociālie mediji tagad ir kļuvuši kā instruments, kas palīdz pārdot, reklamēt, sazināties u.t.t. Sociālo mediju blogi, piemēram, Twitter, Instagram, Snapchat, Facebook un līdzīgie, palielinās gan to lietotāju skaitā, gan pieaug to loma komunikācijā ar klientiem. Tagad organizācijas var apmainīties ar vērtīgu informāciju, dalīties ar video, bildēm, izveidot diskusiju forumus utt. Web 2.0 lietojumprogrammas mūsdienās nav instalētas lietotāja datorā, bet ir sniegtas internetā vietnēs.

This project (Project N° 2015-1-RO01-KA202-015180) has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



Web 2.0 lietojumprogrammas

Vispopulārākās Web 2.0 lietojumprogrammas ir blogi, viesnīcu vērtēšanas sistēmas, forumi, vikivietnes, sociālie mediji, u.c.



5. ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Visbiežāk lietotie sociālo mediju veidi

Blogs (vai emuārs) ir tiešsaistes vietne, ko parasti uztur viena persona vai uzņēmums, kas satur ierakstus, un lasītāji var rakstīt un pievienot komentārus. Tie mudina klientus sniegt savu viedokli un dalīties pieredzē, attēlos un ceļojumos. Tūrisma nozarē ir daudz šādu blogu, piemēram, tripadvisor.com, hotelchatter.com u.c. Ikviens var izveidot emuāru, izmantojot programmatūru, kas tiek piedāvāta par brīvu no dažādām tīmekļa vietnēm.

Forumi. Tie ļauj apkopot atziņas un pārdomas par tēmām vai kopējām interesēm, kas tiek izstrādātas diskusiju ceļā. Ir daudzi forumi, kas vērsti uz tūrisma jautājumiem, kuros cilvēki apmainās ar viedokļiem un raksta komentārus. Daži no tiem ir: www.virtualltourist.com (pasaules ceļojumu forums), www.tourismzone.com.

Sociālajiem medijiem, piemēram, Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, palielinās lietotāju skaitu un arī to nozīme mijiedarbībā ar klientiem. Sociālajiem plašsaziņas līdzekļiem ir ļoti liela nozīme, jo tieši šādas tiešsaistes vietnes parādās visbiežāk, meklējot kaut ko saistītu ar tūrismu, un tieši šos avotus izmanto tūristi. Sociālie plašsaziņas līdzekļi sāk kļūt par tūrisma galamērķa mārketinga rīkiem, kas atstāj lielu ietekmi uz tūrisma nozari.

Viesnīcu vērtēšanas sistēmas ir viens no pirmajiem tūrisma sadarbības instrumentiem. Tās sniedz klientam iespēju dot atzīmi par pakalpojumiem, kas sniegti uzturēšanās laikā viesnīcā, lai citi nākotnes klienti varētu izlemt palikt tur vai atrast labāku piedāvājumu saskaņā ar viņu izraudzītajiem kritērijiem.

Aprakstošu atslēgvārdu pievienošana ir saistīto atslēgvārdu vai kategoriju etiķete, ko izmanto, lai datu bāzē identificētu noteiktu saturu. Tie sniedz tiešu piekļuvi nepieciešamajai informācijai.

Vikivietnes. Šīs vietnes ļauj lietotājiem pievienot un atjaunināt saturu tās vietnē, izmantojot savas tīmekļa pārlūkprogrammas. Šīs vietnes sadarbojas ar tās lietotājiem. Vispopulārākā tiešsaiste ir wikipedia.com, tiešsaistes enciklopēdija, ko pastāvīgi atjaunina tās lietotāji.

Atsauces: <http://eujournal.org/files/journals/1/articles/1565/public/1565-4687-1-PB.pdf>



Erasmus+

READY 4
FUTURE



7. SADARBĪBA, IZMANTOJOT DIGITĀLUS KANĀLUS

Ievads: efektīva plānošana, izmantojot tehnoloģijas

Plānošana ir svarīga, lai nodrošinātu veiksmīgu ceļojumu. IS tehnoloģiju izmantošana palīdz lauku tūrisma uzņēmumiem izveidot jaunus ceļojumus ar aizraujošām atrašanās vietām, kur tūristi lemj par braucienu un gūst labumu no sniegtajām iespējām.

Video konferences

Tehnoloģijas atvieglo cilvēku sadarbību un lauku tūrisms nav tam izņēmums. Videokonferenču iespējas izmantošana savieno dažādus cilvēkus un vietas, kas sniedz lieliskus rezultātus tūrisma jomā.

Video konferenču izmantošana, lai burtiski redzētu un komunicētu ar cilvēkiem, palīdzēs tūristiem veidot uzticību, piemēram, lauku viesnīcai. Darbojoties ar videokonferenču palīdzību, rodas sajūta, ka saruna notiek aci pret aci. Tas attiecas arī uz, piemēram, to, ka pirms ceļojuma tiešsaistē ar videokonferenču palīdzību var aprunāties ar gidu.

Virtuālā ekskursija

Reālu ekskursiju var plānot pat mēnesi vai nedēļu, tāpēc ērti ir iegūt vizuālo izpratni par braucienu pirms faktiskās ekskursijas. Sadarbojoties ar vietējiem ceļvežiem un izmantojot videokonferenču tehnoloģiju, varēs iegūt labu priekšstatu par galamērķi.

Guest House Maria

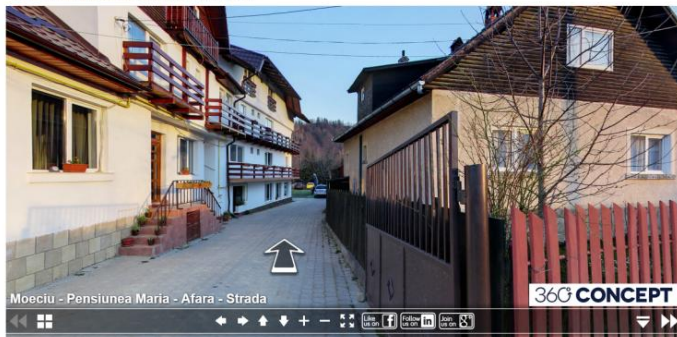
PROJECT DETAILS

CLIENT : Guest House Maria

LOCATION : Moeciu, Romania

DATE : 20.03.2014

LINK : 360 Virtual Tour - Guest House Maria (Click to view fullscreen)



4. att.: Virtuālā ekskursija

Avots: <https://360concept.ro/en/guest-house-maria-virtual-tour/>

Atsauces: <http://EzineArticles.com/7978412>



6. ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Bezmaksas lietojumprogrammas video konferenču veidošanai

Skype ir daļa no datora operētājsistēmas Microsoft. Skype ziņas, balss ieraksti un video ļauj dalīties pieredzē ar cilvēkiem neatkarīgi no viņu atrašanās vietas. Varat izmantot Skype tālrunī vai datorā, vai televizorā, kurā ir instalēts Skype. Skype ir bezmaksas aplikācija - varat runāt, redzēt un sūtīt ziņojumus lietotājiem, kuri ir pierēģistrējušies Skype.

*Alternatīva ir **Google Hangouts**, kas ļauj bezmaksas izveidot video grupu, kurā ir ne vairāk kā 10 personas.*



8. TĪMEKĻA ETIĶETE

Ievads – pieklājīgums internetā

Tīmekļa etiķete ir nerakstīta labas uzvedības norma tiešsaistē. Lai gan principi ir līdzīgi sarunām reālajā dzīvē, tomēr e-pasta ziņojumā vai atbildē diskusiju grupai jūsu teikto var ļoti vienkārši pārprast. Jūsu nosūtīto ziņojumu var saglabāt vai pārsūtīt tā adresāts. Uzvedības standarti atsevišķās jomās var būt atšķirīgi, taču tie lielākoties tie līdzinās tiem, ko pieņemam kā normu reālajā dzīvē sarunājoties.

Tīmekļa etiķetes piemēri

Tīmekļa etiķete var mazliet atšķirties atkarībā no tīmekļa vietnes. Vienkārši principi, kas ir minēti tālāk, palīdz to ievērot:

- Esiet ētiski: ja Jums ir ētiska dilemma kibertelpā, izmantojiet morāli, pēc kuras vadāties reālajā dzīvē. Izturieties pēc iespējas formālāk.
- Atcerieties, kas ir auditorija/adresāti: dažādām kultūrām piederoši cilvēki var izlasīt tiešsaistē uzrakstīto informāciju.
- Pievērsiet uzmanību Jūsu ziņojuma saturam.
- Pārlicinieties, vai ziņojums ir saprotams un loģisks, un neaizvaino.
- Rakstiet savus ziņojumus īsus (bet skaidri saprotamus).
- Ja iespējams, uzrakstiet uz sava ziņojuma virsrakstu.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



- Pieturieties pie vienas tēmas katrā ziņojumā.

Emocijzīmes, ko izmanto tiešsaistē, var palīdzēt parādīt emocijas virtuālajā vidē. Emocijzīmes vai smaidiņi, kā, piemēram, :-), un :-(var tikt izmantoti, lai izteiktu savas sajūtas. Alternatīvas ir pieturzīmes (?! # @ *!), <grin> vai <g>, <joke> vai pat tagi, kuri izmantoti, lai pajokotu, piemēram, <rant>smaidiņi nav forši</rant>.



7. ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Tūrisma aģents

Augsti vērtēts tūrisma aģents tika pieķerts lasot savu kolēģu e-pastus. Viņa kolēģi kļuva aizdomīgi, kad sistēmas ieraksti parādīja, ka kāds ir ielogojies, lai pārbaudītu savu e-pastu brīžos, kad viņi zināja, ka nav bijuši pie datora. Tāpēc tika izveidota programma, lai vainīgo pieķertu. Viņi ievietoja nepatiesu informāciju e-pasta ziņojumos no tūrisma aģentūras ārvalstu filiāles. Aģents izlasīja ziņojumus un vēlāk lūdza kolēģus izskaidrot, kāpēc ir dota nepatiesa informācija. Sods tika piemērots - viņš tika nekavējoties pārcelts citā amatā.



5. UZDEVUMS: Tīkla etiķetes izmantošana saziņā

Darba laiks: 20 minūtes

Izanalizējiet kāda ir Jūsu tiešsaistes saziņa ikdienā un atrodiet tajā plusus un mīnus, neprecizitātes. Pārbaudiet sekojošo sava komunikācijā:

- Rakstīšanai ar lielajiem burtiem ir tāds pats efekts kā kliegšanai?
JĀ, TĀ IR. Jums nevajadzētu rakstīt ar lielajiem burtiem, neskaitot brīžus, kad cenšaties pievērst uzmanību konkrētam vārdam vai frāzei. Citos gadījumos otrai personai var likties, ka Jūs kliežat uz viņu.
- Varat rakstīt, ko gribat, ja vien pēc teiktā uzliekat smaidīgo sejiņu.
Smaidīgās sejiņas var viegli pārprast, kad neredz sejas un ķermeņa valodu. Cilvēki var nesaprast, kad jokojat; ironiski un satīriski izteicieni ir viegli pārprotami. Piemēram, smaidiņi vai emocijzīmes kā " :-) " var izteikt jūtas, bet jums vienmēr jābūt uzmanīgam tās lietojot.
- Aizkaitinājums var radīt dusmīgas un aizvainojošas sarakstes.
Aizkaitinājums var sākties, kad kāds pārprot, ko tu domā rakstot, vai ir apzināti dusmīgs. Tas rada pārkāpumu tīkla etiķetē, saasinoties rezultāts būs daudz nejaukas un aizvainojošas ziņas. Tāpēc, ja jūtat, ka Jūs kļūstat dusmīgs, kamēr rakstat, saglabājiet ziņu, aizejiet atpūsties vai pat gulēt – un ziņu neaizsūtiet.



- Jums vienmēr vajadzētu citēt visu ziņu, kad uz to atbildat.
Kad atbildat uz ziņojumu, citējiet attiecīgo daļu. Neiekļaujiet visu, jo rezultātā ziņas kļūs aizvien garākas un garākas.
- Ziņu lasīšana, bet neatbildēšana, skaitās kā tīkla etiķetes pārkāpums.
Tas nozīmē, ka Jūs vienkārši paskatāties un izlasāt ziņas, bet nepiedalāties sarunā. Ja neesat pārliecināts par to, kā piedalīties sarunā, ieteicams vēl kādu laiciņu palasīt ziņas pirms ziņojuma nosūtīšanas, lai saprastu, kas un kā tiek apspriests.
- Ja jūs nepiekrītat kādam, vajadzētu vispirms atzīt to, ka Jūs pareizi esat sapratuši, ko viņi ir teikuši. Pirms jūs sākat nepiekrīst kāda cilvēka viedoklim, mēģiniet apkopot otra cilvēka viedokli saviem vārdiem. Tad viņi sapratīs, ka jūs cenšaties viņu viedokli saprast un būs lielāka iespēja, ka viņi Jūsu viedokli ņems nopietni. Pretējā gadījumā jūs riskējat runāt pretī, nevis veidot pieklājīgu diskusiju.

Atsauces: <http://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/computing-and-ict/information-and-communication-technologies/icts-technology-news/content-section-4.1>



9. SATURA VEIDOŠANA

Ievads – tūrisma produkti

Tūrisma produkti ir pamats galamērķa tūrisma nozares darbībai: ja tūrisma produkts neatbilst tūristu vajadzībām un cerībām, galamērķis nepilda savu funkciju pilnīgi. Taču tikai daži galamērķi koncentrē savu uzmanību uz attīstību un pieejamību dažādiem interesantiem objektiem un aktivitātēm, kas veido šo tūrisma produktu.

Mājaslapas

Daudzas galamērķu mājaslapas ir veidotas, izmantojot Satura Pārvaldības Sistēmas (SPS) un lapu noformējuma veidnēm, kas piedāvā Jums, lietotājam, iespēju veidot mājaslapas pēc Jūsu uzskatiem un gaumes. (5. att.).



5. att.: Lauku viesu nama mājaslapa

Avots: <http://www.pensiuneamariasinaia.ro/>



Erasmus+

READY 4
FUTURE



Bukleti

Informācijas bukletiem nepieciešams līdzsvars starp pārāk maza apjoma informācijas sniegšanu un pārāk liela apjoma, kā arī garlaicīgas, nepiemērotas, mulšinošas informācijas plūsmu.

Skaidros bukletos jāizmanto īsi teikumi, katrā teikumā jābūt vienai domai, nevis vairākām. Jāizmanto lūgumus, nevis pavēles. Bukleti iedrošina un izmanto personisku pieeju. Un tie norāda konkrētas detaļas.

Izmantotajai valodai jāatbilst cilvēkiem, kurus jūs cenšaties pārliecināt.

Rakstīšanas stils

- **Izmantojiet apakšvirsrakstus.** Izmantojiet aprakstošu apakšvirsrakstu, kas palīdz lietotājiem (un meklētājprogrammām), nevis aizraujaties ar to radošumu.
- **Izmantojiet sarakstus ar aizzīmēm.** Līdzīgi kā apakšvirsraksti, saraksti ar aizzīmēm var palīdzēt radīt viegli pārskatāmu tekstu.
- **Teksta ietvaros iekļaujiet linkus.** Tīmekļa linku nodrošināšana teksta ietvaros ir ļoti efektīvs veids, kā izveidot intuitīvu navigāciju tīmekļa vietnē.
- **Izvairieties no hiperbolām.** Cilvēkiem nepatīk plaši teksti, pārpildīti ar slavinošiem, pārspīlētiem īpašības vārdiem - labāk izmantot attēlu tā vietā. Lietotāju tendence izskatīt tīmekļa vietnes nozīmē to, ka vienkārši pārrakstītas teksta rindkopas no brošūrām, visticamāk, būs neefektīvas un Jums nepalīdzēs.
- **Izmantojiet labas kvalitātes attēlus, taču ar mēru.** Jau daudzus gadus fotogrāfijas ir galvenais, kas vērš uzmanību uz maršrutiem, interesantiem galamērķiem, izklaidēm un naktsmītnēm.

Kur un kā kārtot saturu

- **Glabājiet svarīgus vienumus viegli redzamā vietā.** Svarīgi ir iekļaut galveno saturu logā, kas ir redzams pirms lietotājiem vajag ritināt uz leju.
- **Augšējā kreisā pusē ir visbiežāk lasītā vieta mājaslapās.** Pareizi izvietots svarīgākais teksta saturs šajā vietā tīmekļa vietnē nodrošinās, lai tam būtu vislabākā iespēja tikt izlasītam.
- **Iespējot galveno uzdevumu izpildi no sākulapas.** Pieredze, kas gūta ceļojumu vietnēs, pierāda, ka lietotājiem patīk veikt darījumus no sākulapas.
- **Pārliecinieties, vai PDF faili ir izmantojami.** Ja jūsu vietnē tiek izmantoti PDF dokumenti, pārliecinieties, vai, ja tie tiek drukāti, fonts ir pietiekami liels, lai lasītu.

Atsauces: <http://thetourismcompany.com/topic2.asp?projectid=1127&topicid=6>
<http://www.ethicsguidebook.ac.uk/Writing-information-leaflets-166>



8 ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Pansijas brošūra

Marijas lauku pansijas brošūras satur vajadzīgo informāciju, kas attiecas uz:

Servisu

Pansija var nodrošināt 12 plašus, tradicionāli renovētus divvietīgos numurus. Visās istabās ir vannasistaba, televizors, gaisa kondicionieris, telefons, bezmaksas Wi-Fi un



Erasmus+

READY 4
FUTURE



tēja/kaļķa ar uzkodām. Ledusskapis vai mini bārs arī iekļauts cenā. Viesi var izbaudīt dažādus tradicionālos ēdienus no ēdienkartes. Mēs arī piedāvājam istabas servisu. Mēs organizējam svētkus, pasākumus, kāzas, privātas ballītes, sociālos pasākumus un biznesa sanāksmes. Mūsu restorāns var uzņemt līdz 80 cilvēkiem. Pārbaudiet, kāda ir cena par nakti mūsu mājaslapā. Grupām, kurās ir vairāk par 12 personām, likme ir apspriežama.

Apkārtne un brīvā laika aktivitātes

Naktsmītne atrodas tuvu Mures upei, 45 km uz austrumiem no Targumēšas, Gurghiu kalnu un apbrīnojamu dabas skatu tuvumā. Šī pansija ir jūsu brīvdienų galamērķis, ja Jums patīk pārgājieni, ekstrēms sports vai atpūsties no pilsētas dzīves stresa un trokšņiem.



6. UZDEVUMS: Bukleta veidošana

Darba laiks: 50 minūtes

Šis ir sagatavošanās darbs, kura nozīme ir sākt diskusiju par viesu mājas piemērošanu viesiem un, lai veidotu specifiskas aktivitātes tūristiem.

Situācija: Jūsu reģionu apmeklēs skolotāju un studentu grupa uz neilgu laiku no ārzemju vidusskolas, un viņiem ir nepieciešama naktsmītne.

Pirms nodarbības pārliecinieties, vai visiem ir piekļuve vairākiem datoriem šim uzdevumam. Iesakiet izmantot bukletu piemērus, kuri ir pieejami Microsoft Publisher (vai līdzīgā aplikācijā, kuru izmantojat).

Uzdevumi:

- 1) *Tēma:* Iedomājaties, ka Jūs esat viesu mājas līdzīpašnieki. Jums šķiet, ka šī vieta ir vislabākā grupai. Parunājiet par to, kuri aspekti padara jūsu viesu māju pievilcīgāku nekā pārējās.
- 2) Nosakiet, kāds ir galīgais iznākums: Jums ir jāpasagatavo brošūra, lai iepazīstinātu ar Jūsu viesu māju un pārliecinātu apmeklētājus izvēlēties tieši šo viesu māju. Būtu jāiedod bukleta piemērs, bet ir jāpievieno savas idejas, lai vienlaikus tas būtu radošs un reālistisks.

Izveidot brošūras struktūru: Nolasiet sekojošās frāžu kopas un sakārtojiet tās hronoloģiskā secībā prezentācijai:

- a. Mans ciemats tika izveidots ... un atrodas
- b. Kāpēc jūs ...
- c. Šīs prezentācijas mērķis ir ...
- d. Galvenie punkti, par kuriem es runāju, ir...e. Interesantākās vietas, kuras vajag redzēt ir ..

Dalībniekiem būtu jāpabeidz katrs no iepriekš minētajiem teikumiem. Pēc tam pārmainīties ar piezīmju grāmatiņām ar kolēģiem un izlabot otra kļūdas. Kopā visiem jāpalīdz rast labākos risinājumus.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



10. INTERGRĒŠANĀS UN PĀRVEIDE

Ievads – satura uzlabošana

Šī nodaļa ir paredzēta, lai sniegtu informāciju, padomus par to, kā uzlabot lauku tūrisma tīmekļa vietņu un tīmekļa lapu efektivitāti, piedāvājot ilustratīvu piemēru un uzdevumu.



9 ILLUSTRATĪVAIS PIEMĒRS: Norādes par to, kā vislabāk parādīt informāciju par pasākumu

Interesanti pasākumi bieži pagarina apmeklētāju ceļojuma palikšanas laiku, tāpēc tie var būt ļoti efektīvi kā reklāmas instrumenti galamērķiem, kuri vēlas palielināt apmeklētāju skaitu. Tālāk ir sniegti daži norādījumi par to, kā vislabāk parādīt pasākumu informāciju jūsu tīmekļa vietnē.

- Mājaslapā izceliet pasākumus ar ko spilgtu un pamanāmu,
- Iekļaujiet saiti uz visiem notikumiem un informāciju no jūsu mājaslapas;
- Pievērsiet uzmanību notikumu meklēšanai, piemēram, kategorijām (mūzika, ģimenes notikumi, teātris, operas, sports u.c.), laika periodiem, lieliem vai vietējiem notikumiem;
- Piedāvājiet cilvēkiem iespēju pārlūkot pasākumus un tos meklēt;
- Nodrošiniet aprakstus, nevis tikai nosaukumus;
- Izveidojiet speciālu pasākumu datubāzi;
- Piedāvājiet regulāru pasākumu e-avīzi.

Atsauces: <http://thetourismcompany.com/topic2.asp?projectid=1112&topicid=6>



Erasmus+

READY 4
FUTURE



7. UZDEVUMS: Uzlabojiet savu mājaslapu

Darba laiks: 50 minūtes

Naktsmītņu meklēšana ir galamērķa mājaslapu galvenā loma, un jūsu vietnē būtu jāietver iespēja rezervēt izmitināšanas vietu tiešsaistē.

Mēģiniet ieviest sekojošās ieteicamās darbības, lai palielinātu Jūsu mājaslapas efektivitāti:

1. Iekļaujiet saiti uz naktsmītņi Jūsu sākumlapā. Naktsmītnei jābūt daļai no galvenās navigācijas.
2. Izmantojiet tādus vārdus kā “atrast naktsmītņi”, “atrast vietu, kur nakšņot” vai “rezervēt naktsmītņi”.
3. Nesniedziet tikai sarakstu kā PDF vai Word dokumentus. Lai gan var būt lietderīgi sniegt lejupielādējamu naktsmītņu sarakstu, Jums jānorāda arī tīmekļa lapas, kurās iekļauta informācija par tām.
4. Iekļaujiet vairāk nekā adresi un tālruņa numuru. Lietotāji Jūsu vietnē meklē vairāk informācijas, tādu, kura ir plašāka un aprakstošāka nekā tālruņa numurs vai adrese. Iekļaujiet īsu naktsmītņu aprakstu un fotoattēlus, kā arī tīmekļa vietni un e-pasta adresi.
5. Informējiet lietotājus par labumiem, ko iegūst tie, kuri izvēlas Jūsu naktsmītņi. Cilvēkiem, kas grasās nakšņot pie Jums jābūt pārliecībai, ka viņi būs moderni aprīkotā un ērtā naktsmītņē.
6. Ja rezervācija ir pieejama tiešsaistē, tā ir jāreklamē. Ja Jūsu vietnē nevar veikt rezervēšanu, apsveriet iespēju piesaistīt tīmekļa vietnes, kuru lietotāji tiešsaistē var rezervēt, izmantojot izmitināšanas pakalpojumu sniedzēju vai trešo personu.
7. Piedāvājiet veidus, kā kārtot un filtrēt rezultātus. Jānodrošina iespēja sašaurināt rezultātus, filtrējot vai šķirojot inaktsmītņu datu bāzi gan lietotājiem, kuri veic meklēšanu, gan tiem, kas pārlūko.

Atsauces: <http://thetourismcompany.com/topic2.asp?projectid=1110&topicid=6>



Erasmus+

READY 4
FUTURE



11. INOVATĪVA UN RADOŠA TEHNOLOĢIJU LIETOŠANA

Ievads – tehnoloģiju lietošana lauku tūrisma kompānijās

Katrs lauku tūrisma uzņēmums ir unikāls, un tam ir unikālas prasības, taču, izstrādājot labu tehnoloģiju izmantošanas plānu, ir iesaistīti daži vispārēji lietojami principi.

Lauku tūrisma uzņēmuma tehnoloģiju izmantošanas plāna mērķi

Lai saskaņotu savu uzņēmuma tehnoloģiju izmantošanas plānu ar samērīgu budžetu, Jums būs jāizmanto jau esošās tehnoloģijas, lai:

- Noteiktu, kādi ir esošās operētājsistēmas pieejamības iestatījumi un funkcijas, ko var izmantot Jūsu lauku tūrisma uzņēmums.
- Tā kā jebkura jauna tehnoloģiju ieviešana ir pakāpenisks process, Jums par prioritāti jānosaka jaunāko tehnoloģiju ieviešana, lai darbinieki, kuriem ir problēmas ar esošajiem produktiem vispirms apgūtu jaunās instalācijas un iekārtas. Jūs varat noteikt, kā vislabāk izpildīt Jūsu plānu - darbinieku prioritāte ir piekļuve jaunajām tehnoloģijām un to izmantošanas
- Vispirms instalējiet augstākās prioritātes programmatūru, lai nodrošinātu lielu pozitīvu iespaidu.

Pieejamās tehnoloģijas

Ir svarīgi, lai operētājsistēma un biroja programmatūra būtu pieejama, jo tieši šīs divas lietas ir pamats pieejamām tehnoloģijām uzņēmumā.

Izvēlieties programmatūras produktus, kas ļauj darbiniekiem pielāgot to viņu vēlmēm. Pirms izvēlētas operētājsistēmas un programmatūras pārbaudes, pārbaudiet vai tās ir saderīgas ar citiem produktiem, ko jau lietojat vai ko plānojat izmantot. Sazinieties ar IT speciālistiem; jautājiet vai programmatūras produkti ir saderīgi un vai iestatījumus var pielāgot tieši Jūsu uzņēmuma specifikai.

Pieejamās operētājsistēmas

Viena no visizplatītākajām un pieejamākajām operētājsistēmām ir Windows. Tā ietver iebūvētus pieejamības iestatījumus un programmas, kas Jūsu darbiniekiem atvieglos biroja datoru lietošanu.

Windows piedāvā augstu pieejamības līmeni konkrētām valodas vajadzībām, kas var būt noderīgi saziņā ar ārvalstu klientiem.



Erasmus+

READY 4
FUTURE



Piejama Office programmatūra

Izmantojot Microsoft Office, var viegli izveidot dokumentus, izklājlapas, bukletus ar bagātīgu saturu, kas atvieglo Jūsu darbu birojā vai nodrošina labu iespaidu par Jums Jūsu klientiem.

Piejami internet pārlūki

Piejamas interneta pārlūkprogrammas, kā, piemēram, Internet Explorer vai Google Chrome ir pieejamas ar piekļuves iestatījumiem, lai jūs varētu vieglāk atvērt internetu un ātrāk piekļūt vajadzīgajai informācijai. Šādas pārlūkprogrammas var uzlabot jūsu uzņēmējdarbību.

Atsauces: <https://www.microsoft.com/enable/business/plan.aspx>

ABSTRAKTS

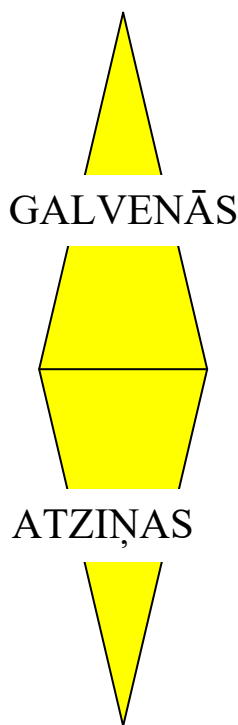


Šajā modulī ir 11 nodaļas ar teorētiskiem aspektiem, 9 ilustratīvajiem piemēriem un 7 uzdevumiem digitālo prasmju apgūšanai.

Šeit ir iekļauts vajadzību novērtējums, jaunās tehnoloģijas nepieciešamības noteikšana saistībā ar komunikācijas procesiem un satura attīstību.

Šeit ietilpst saziņas procesu izpēte: informācijas pārlūkošana, meklēšana un filtrēšana tīmeklī, informācijas novērtēšana, informācijas saglabāšana un ieguve, informācijas un satura koplietošana, darbība ar dažādām tehnoloģijām, kas nodrošina saziņu. Ir iekļauti arī nerakstīti likumi pieklājīgai uzvedībai tiešsaistē.

Satura izstrādes aspekti ir saistīti ar tīmekļa vietnēm, bukletiem un reklāmas materiāliem.



- Kad izvērtējat pašreizējo tehnoloģiju stāvokli, domājiet par operētājsistēmām, biroja produktivitātes un komunikācijas programmatūru, palīgtechnoloģijām, iekšējo tehnoloģiju sistēmām un klientu sistēmām.
- Pārlūkprogrammas funkcijas ir: skatīt tīmekļa dokumentus, veidot grāmatzīmes, izmantot vēsturi, lejupielādes, augšupielādes, piekļuvi citiem informācijas pakalpojumiem.
- Novērtējot informāciju, svarīga ir autorība, publicēšanas veids, rakstu skatu punkts, norāde uz zināšanām par jaunākajiem izdevumiem nozarē, precizitāte un aktuālā informācija.
- Informācijas saglabāšana ir process, kurā informāciju uzglabā noliktavā.
- Informācijas ieguve ir vajadzīgās informācijas resursu iegūšanas process.
- Vispopulārākās Web 2.0 lietojumprogrammas ir emuāri, viesnīcu vērtēšanas sistēmas, forumi, vikivietnes, sociālie mediji.
- Digitālos kanālus izmanto veidojot videokonferences, virtuālās tūres, ekskursijas u.t.t..
- Tīkla etiķete ir nerakstīti likumi, kas attiecas uz pieklājīgu uzvedību interneta vidē.
- Viegli saprotamos informācijas bukletos izmanto īsus teikumus ar vienu ideju katrā teikumā.



Pēc šī moduļa izpētes Jums būtu jābūt apguvušam tehnoloģiju lietošanas prasmju pamatus lauku tūrismā.

Jums būtu jāzina, kā saprast, kādas ir Jūsu uzņēmuma tehnoloģiskās vajadzības, lai atlasītu piemērotus produktus, ievērotu tīmekļa etiķeti un attīstītu ar lauku tūrisma uzņēmumu saistītus informācijas resursus.



TESTS SEVIS PĀRBAUDIŠANAI



Atzīmējiet pareizās atbildes uz tālāk minētajiem jautājumiem.

Brīdinājums! Var būt viena, neviena vai vairākas pareizās atbildes uz to pašu jautājumu.

Darba laiks: 10 minūtes

1) E-pasta klienta tipa programma ir:

- a) Windows Jā / Nē
- b) Outlook Express Jā / Nē
- c) Google docs Jā / Nē

2) Tīkla etiķetes galvenie punkti ir:

- a) Ziņas rakstīt kodolīgas, īsas Jā / Nē
- b) Var rakstīt visu, ko vēlas, ja vien pēc tam ieliek smaidīgo sejiņu Jā / Nē
- c) Būt ētiskam Jā / Nē
- d) Ziņu lasīšana, bet neatbildēšana, skaitās kā nepieklājīga uzvedība Jā / Nē

3) Meklētājprogrammu var izvēlēties:

- a) Ierakstot URL adreses vietā un nospieš Enter Jā / Nē
- b) Izmantojot opciju Vēsture Jā / Nē
- c) Pēc kustības Jā / Nē
- d) Noklikšķinot uz Search Toolbar Jā / Nē

4) Lai uzlabotu Jūsu tīmekļa vietnes efektivitāti:

- a) Piedāvājat veidus, kā filtrēt un sakārtot informāciju Jā / Nē
- b) Svarīgāko lieciet mājaslapas augšpusē Jā / Nē
- c) Ja ir pieejama tiešsaistes naktsmītnu rezervēšana, reklamējiet to Jā / Nē
- d) Lietojiet labas kvalitātes attēlus, bet ar mēru Jā / Nē

5) Informāciju glabā, lai:

- a) Lai nodrošinātu kvalitatīvu pakalpojumu pareizajam cilvēkam pareizajā laikā ar visu nepieciešamo informāciju. Jā / Nē
- b) Lai tā būtu viegli pieejama, kad vajadzīga Jā / Nē
- c) Lai ar to dalītos ar citiem uzņēmumiem Jā / Nē



Erasmus+

READY 4
FUTURE



6) Pašreizējā IKT novērtējuma posmos ietilpst:

- a) Operētājsistēmas Jā / Nē
- b) Klientu sistēmas Jā / Nē
- c) Manufaktūru sistēmas Jā / Nē
- d) Palīgtechnoloģijas Jā / Nē

7) Web 2.0 veidi ir:

- a) Blogi Jā / Nē
- b) Aplikācija Paint Jā / Nē
- c) Viesnīcu vērtēšanas sistēmas Jā / Nē
- d) Forumi Jā / Nē

8) Veidojot saturu, labs “rakstīšanas stils” ir:

- a) Ievietot linkus tekstā Jā / Nē
- b) Pārbaudīt vai PDF faili ir derīgi Jā / Nē
- c) Tekstā neiekļaut hiperbolas Jā / Nē
- d) Veidot mājaslapu tā, lai visus galvenos uzdevumus var veikt no sākumlapas Jā / Nē

9) Kad izvērtējat informāciju internetā, koncepts ir šāds:

- a) Ļaujiet lasītājam iegūt savu viedokli Jā / Nē
- b) Ļaujiet autoram paust savu viedokli Jā / Nē

Answer key: 1b; 2-a,c; 3-b,d; 4-a,c; 5-b; 6-b,d; 7-a,c,d; 8-a,c; 9-a



Erasmus+

READY 4
FUTURE



Izmantotā literatūra:

http://www.edb.utexas.edu/petrosino/Legacy_Cycle/mf_jm/Challenge%201/evaluating%20information%20on%20internet.pdf

<http://www.ethicsguidebook.ac.uk/Writing-information-leaflets-166>

<http://eujournal.org/files/journals/1/articles/1565/public/1565-4687-1-PB.pdf>

<http://EzineArticles.com/7978412>

<https://www.microsoft.com/enable/business/acquire.aspx>

<https://www.microsoft.com/enable/business/plan.aspx>

<http://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/computing-and-ict/information-and-communication-technologies/icts-technology-news/content-section-4.1>

<http://thetourismcompany.com/topic2.asp?projectid=1110&topicid=6>

<http://thetourismcompany.com/topic2.asp?projectid=1112&topicid=6>

<http://thetourismcompany.com/topic2.asp?projectid=1127&topicid=6>

Attēli:

Virtual tour. <https://360concept.ro/en/guest-house-maria-virtual-tour/>

Rural guest house. <http://www.pensiuneamariasinaia.ro/>