



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

EUROPEAN

YOUTH

ROOTS

# Uddannelse Værktøj

Bæredygtig, deltagende og  
inkluderende lærning

# skasse



Europæisk Ungdom Roots er en ERASMUS+ finansieret projekt, der reagerer på stigende krav for bæredygtige, deltagende og inkluderende turisme. Det søger at forbedre unge menneskers iværksætterevner ved at motivere dem til at skabe og udvikle innovative forretningsideer til bæredygtig, inklusiv og deltagende turismeudvikling.

Et partnerskab af 7 europæiskeorganisationerbringer liv til projektet:





# INDHOLDS FORTEGNE

---

## LSE

### 3

#### Introduktion

Omfavnelse af bæredygtighed,

Deltagende og inkluderende

Turisme 4

Om træningsværktøjskassen 7

Mål og mål 8

Denne værktøjskasses opbygning 9

### 12

#### Uddannelsesramme

Del 1: Slutbrugeren 13

Del 2: Læringsvejene 14

### 22

#### Værktøjskasse

Liste over værktøjer 23

Værktøjstyper 24

### 57

#### Aktiviteter

Skabe opmærksomhed om  
bæredygtighed

Turisme 58

Implementering af en bæredygtig,

Tilgængelig og inkluderende turisme

Forretning 66

Promovering og markedsføring af et  
nyt turismeprodukt 79

Opbygning af globale og innovative  
turismenetværk 90

### 101

#### Konklusion

### 102

#### Referencer

# Introduktion





*"Rejser gør en  
beskeden, du ser  
hvilket lille sted du  
indtager i verden"*  
- Gustave Flaubert



## Omfavnelse af bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme

Turisme er en voksende industri, der spiller en afgørende rolle i økonomierne i flere lande over hele kloden. Ifølge World Travel and Tourism Council er turisme en vigtig kilde til beskæftigelse globalt. Før Covid-19-pandemien genererede den 1 ud af 4 nye job (WTTC, nd). Mens Covid-19-pandemien medførte et fald i verdensomspændende turisme og et tab på 62 millioner job, rapporterede UNWTO mellem januar-marts 2022 en stigning på 182 % i år-til-år turisme og en stigning i 18,2 millioner job ( UNWTO, nd; WTTC, nd).

Stigningen i turistankomster kan bringe økonomiske muligheder for virksomheder og iværksættere og bidrage til genopretning fra de økonomiske tab, som Covid-19-pandemien medfører. Alligevel kan det udgøre bæredygtighedsudfordringer ved at tilføje negativt pres til sociale og naturlige miljøer. Bekymringer over masseturismens potentielt skadelige kulturelle og økologiske effekter har ført til øget efterspørgsel efter alternative former for turismeudvikling. Bæredygtig turisme arbejder hen imod social og miljømæssig velvære og fungerer som et "køretøj" for bæredygtighed (Sharpley, 2020; Hunter, 1995). Det gør det ved at tilskynde til miljøbeskyttelse, fremme bevaring af kulturarven og tage hensyn til lokalsamfundenes socioøkonomiske behov. Som resultat, deltagende tilgange, der fremmer samarbejde mellem forskellige interessenter, er afgørende for bæredygtig turismeudvikling. De adresserer socioøkonomiske, kulturelle, generationsmæssige og kønsforskelle ved at tage hensyn til interessenternes behov og perspektiver.

Derudover bør deltagende turismeplanlægning og politikudformning overveje forskellige vidensformer og måder at kende på (Hall, 2019; Jamal, 2012). At gøre det gør det muligt for flere retfærdig fordeling af turismens kulturelle, økonomiske og sociale fordele. Som sådan skal bæredygtig og deltagende turisme også være inklusiv.



I forbindelse med dette dokument fokuserer deltagende turisme på værtssamfund, mens inklusiv turisme fokuserer på at sikre adgang til turismetjenester for alle slags besøgende. Inklusiv turisme søger således at give adgang til fordelene og mulighederne ved at rejse til mennesker uanset evner, alder, socioøkonomisk status og kulturel baggrund.



Inklusive turisme overvejer mennesker med særlig behov tilbud support, inklusive hjælpmed særlig mobilitet krav og høring eller at se hjælpemidler (Gillovic, B., & McIntosh, EN. 2020).Overvejer det over, det europæisk Ungdom Rødder Projekt (EYR) inkorporerer det idealer af bæredygtighed, deltagende tilgange og inklusivitet ind i dens vision.



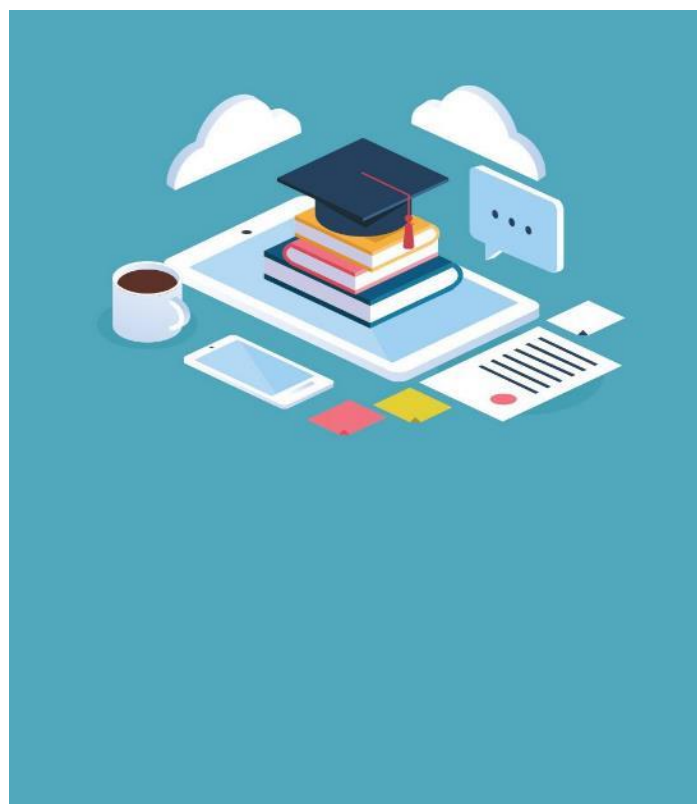
I betragtning af de udfordringer, som turistindustrien skal stå over for for at gøre bæredygtighed til en realitet, placerer EYR lederskab og iværksætteri som strategiske rygrader i sin bæredygtighedsdagsorden. Ved at gøre det håber det at bygge mod en generation af fremtidige spilskiftere. Det er unge iværksættere med viden om de forhindringer og muligheder, der ligger forude, og som kan møde usikkerheder og risici med kreativitet og samarbejdsånd. I løbet af EYR-projektet har partnere lavet en række manualer til at hjælpe unge iværksættere med værktøjer, casestudier, ressourcer og ideer til implementering af bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme. Den nuværende værktøjskasse er en tilføjelse til det læringsmateriale, der er produceret af EYR-projektet.

# Om det Uddannelse

## Værktøjskasse

Denne træningsværktøjskasse er et af de seks primære resultater af European Youth Roots Projekt (EYR). Det giver en funktionel håndbog til at implementere 24 forskellige værktøjer under læringserfaringer om fire temaer:

- Skabe bevidsthed om bæredygtig turismeudvikling
- Implementering af en bæredygtig, tilgængelig og inkluderende turismevirksomhed
- Promovering og markedsføring af et nyt turismeprodukt
- Bygning lokale og innovative turistnetværk



Ovenstående temaer svarer til de store intellektuelle output fra EYR-projektet for at sikre, at de når ud til et større publikum gennem træningsværktøjskassen.

## Resultater af European Youth Roots Project

Opmærksomhed kampagne af ung mennesker til bæredygtig tourism

Implementerer bæredygtig, tilgængelig og inklusive turisme forretning initiativer

Forfremmelse brugervejledning

Bygning lokale og innovative turisme netværk





## Mål og Mål

Hovedformålet med denne værktøjskasse er at give en praktisk og praktisk guide til at træne unge voksne i inkluderende, deltagende og bæredygtig turisme. Det er et materiale til at hjælpe dem, der kan give uddannelse, rådgivning og støtte til unge iværksættere. Det er rettet mod turisme-relaterede foreninger, konsulentorganer, støtte organisationer til unge iværksættere og uddannelsesinstitutioner. En af motivationerne for at skabe dette produkt er at supplere formel uddannelse med iværksættercentrets ikke-formelle træningsmiljøer. Dermed bidrage til at bygge bro mellem formel og ikke-formel uddannelse. Værktøjskassen vil øge turist- og kulturindustriens fagfolks færdigheder i at implementere og fremme deltagende, inkluderende og bæredygtig turisme. Det vil også hjælpe dem med at skabe yderligere projekter af denne art med unge iværksættere og dermed et fællesskab af unge mennesker, der arbejder på innovative alternativer til masseturisme.

## Læringsmål

- ❑ Opbyg færdigheder til at træne unge til at anerkende, udvikle og udnytte bæredygtige, deltagende og inkluderende turismeudviklingsmuligheder
- ❑ Øge færdighederne i at udvikle inkluderende projekter for at levere kontinuerlig træning til unge i bæredygtige turismeinitiativer



# Struktur af dette Uddannelse Værktøjskasse

Dette værktøjskasse indeholder fire sektioner



Afsnit 1, del 1 indeholder oplysninger om EYRprogrammaterialers slutbruger- og elevprofiler. Derudover beskriver del 2 de læringsmiljøer, hvorunder EYR skal implementeres programlæremidler og værktøjerne til at validere de pædagogiske erfaringer. Desuden giver det input til undervisningsmodaliteter, der er kompatible med værktøjskassen og læringsstrategierne. Endelig indeholder det sidste element i afsnit 1 en implementeringsplan for forskellige niveauer af erfaring med undervisning/træning om bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme.





Afsnit 2 introducerer værktøjerne og en beskrivelse af deres potentielle anvendelser. I Afsnit 3 læsere kan også finde aktiviteter for undervisere med detaljerede instruktioner om implementering af værktøjerne. Disse aktiviteter er designet til at uddanne deltagerne i fire temaer relateret til EYR-projektet og dets mål om at fremme bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme:



- Skabe bevidsthed om bæredygtig turismeudvikling
- Implementerer en bæredygtig, tilgængelig og inkluderende turisme business
- Promovering og markedsføring af et nyt turismeprodukt
- Bygningglokale og innovative turistnetværk

Denne håndbog er afhængig af European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp) som en valideringsmekanisme. EntreComp er en ideel ramme på grund af EYR-projektets fokus på at fremme en iværksættertankegang hos unge voksne til at engagere sig i bæredygtige turismeinitiativer. Undervisere kan validere de læringserfaringer, de tilbyder gennem denne ramme. Billedet på næste side viser rammernes læringsområder: Into Action, Ressourcer, Ideer & Opportunities.



Billede 1. EntreComp's Kompetence Områder (Europæisk Provision, 2018).

Langt om længe, Sektion 3 giver afsluttende bemærkninger og anbefalinger til implementering af uddannelseserfaringer om bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme gennem denne værktøjskasse.



# Pædagogisk kRamme



*"Fortæl mig og jeg glemmer, lær mig og jeg kan huske, involver mig og jeg lærer"*  
- Benjamin Franklin

## Del 1 - Slutbrugeren

### 1.1 Elevernes profil

European Youth Roots-projektet har udvalgte unge generationer af mennesker, der er ivrige efter at bidrage til at opbygge en mere bæredygtig planet som sin primære målgruppe. Disse unge har innovative ideer og forbindelser med turistindustrien og har brug for værktøjer og træning for at gøre deres projekter til virkelighed. De elever, der kunne drage fordel af den træningsværktøjskasse, der tilbydes i denne håndbog, er:

- ❖ Deltagere, der studerer en turismeuddannelse
- ❖ Deltagere, der læser en iværksætteruddannelse/kursus
- ❖ Unge iværksættere allerede i turistbranchen
- ❖ Unge iværksættere driver allerede en mikrovirksomhed inden for turisme inden for den bæredygtige turismesektor



- ❖ Unge iværksættere driver allerede en mikrovirksomhed inden for turisme, men IKKE i den bæredygtige turismesektor
- ❖ Unge, der søger et karriereskift eller større karrieremobilitet
- ❖ Voksne iværksættere analogt med de unge ved overførsel

### 1.2 Profil af elevsektorer

Elever kan komme fra forskellige sektorer inden for turistindustrien og udenfor:

- ❖ Gæstfrihed og overnatning
- ❖ Turisme Services
- ❖ Kultur- og naturarvsforvaltning
- ❖ Vejledningstjenester
- ❖ Vejledningstjenester
- ❖ Catering Mad og drikke





## Del 2 - Læringsvejene

### 2.1 Læringsmiljøer

Det velkendte læringsmiljø for emnerne bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme og iværksætteri er en formel ramme. Denne håndbog og ressourcerne og materialerne produceret af European Youth Roots-projektet har dog til formål at supplere formel uddannelse ved at træne iværksætteråndcentrei uformelle omgivelser. Håbet er at bygge bro mellem formel og ikke-formel uddannelse. Som et resultat heraf kan håndbogen hjælpe med at facilitere workshops og træning afholdt af turisme-relaterede organisationer, konsulentorganer, supportorganisationer og inkubatorer. Ikke desto mindre er de værktøjer, der tilbydes her, ikke eksklusive for ikke-formelle uddannelsesscenarier. Som sådan kan formelle uddannelsesinstitutioner bruge dem

### 2.2 Validering af læringen

European Youth Roots-projektets håndbøger og materialer vil blive vurderet ved hjælp af European Qualifications Framework (EQF) for at gøre EYR-ressourcerne læsbare i hele Europa.

Derudover vil hvert værktøj i håndbogen blive valideret ved hjælp af European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp). Gennem denne ramme kan undervisere vurdere, om de værktøjer, de bruger, fremmer en iværksættertankegang hos deres deltagere. DetEntreComprammen "tilbyder en omfattende beskrivelse af den viden, de færdigheder og de holdninger, som mennesker har brug for for at være iværksættere og skabe økonomisk, kulturel eller social værdi for andre." (Europa-Kommissionen, 2018).EntreCompidentificerer kompetencer inden for områderne 'Ressourcer', 'Into Action' og 'Ideas and Opportunities' (European Commission, 2018). Det er et værdifuldt valideringsværktøj til at vurdere iværksætteri og en kilde til støtte for undervisere og undervisere, der ønsker at lære deres deltagere en iværksættertankegang og -færdigheder. Derudover kan trænere henvise tilEntreCompkompetencer til at gøre deres deltagere opmærksomme på de entreprenørielle kompetencer, de har tilegnet sig gennem deres uddannelseserfaringer. De aktiviteter, der præsenteres i denne håndbog, vil bruge rammerne og tabellerne, der detaljerer beskrivelsen af hver kompetence. Rammen vises på billederne på de følgende sider og står til rådighed for direkte konsultation [her](#).

Each area contains 5 competences, and together these make up the 15 competences that create an entrepreneurial mindset. Each competence is explained through a hint and a brief description, and then developed further into thematic threads and learning outcomes.



## Competences per area IDEAS & OPPORTUNITIES

Competence	Hint	Description
Spotting opportunities	Use your imagination and abilities to identify opportunities for creating value	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identify and seize opportunities to create value by exploring the social, cultural and economic landscape</li> <li>Identify needs and challenges that need to be met</li> <li>Establish new connections and bring together scattered elements of the landscape to create opportunities to create value</li> </ul>
Creativity	Develop creative and purposeful ideas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Develop several ideas and opportunities to create value including better solutions to existing and new challenges</li> <li>Explore and experiment with innovative approaches</li> <li>Combine knowledge and resources to achieve valuable effects</li> </ul>
Vision	Work towards your vision of the future	<ul style="list-style-type: none"> <li>Imagine the future</li> <li>Develop a vision to turn ideas into action</li> <li>Visualise future scenarios to help guide effort and action</li> </ul>
Valuing ideas	Make the most of ideas and opportunities	<ul style="list-style-type: none"> <li>Judge what value is in social, cultural and economic terms</li> <li>Recognise the potential an idea has for creating value and identify suitable ways of making the most out of it</li> </ul>
Ethical and sustainable thinking	Assess the consequences and impact of ideas, opportunities and actions	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assess the consequences of ideas that bring value and the effect of entrepreneurial action on the target community, the market, society and the environment</li> <li>Reflect on how sustainable long-term social, cultural and economic goals are, and the course of action chosen</li> <li>Act responsibly</li> </ul>

Billede 2. EntreComp Rammetabel over kompetencer for området 'Idéer og muligheder' (Europa-Kommissionen, 2018).



## Competences per area RESOURCES

Competence	Hint	Description
Self-awareness & self-efficacy	Believe in yourself and keep developing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reflect on your needs, aspirations and wants in the short, medium and long term</li> <li>Identify and assess your individual and group strengths and weaknesses</li> <li>Believe in your ability to influence the course of events, despite uncertainty, setbacks and temporary failures</li> </ul>
Motivation & perseverance	Stay focused and don't give up	<ul style="list-style-type: none"> <li>Be determined to turn ideas into action and satisfy your need to achieve</li> <li>Be prepared to be patient and keep trying to achieve your long-term individual or group aims</li> <li>Be resilient under pressure, adversity, and temporary failure</li> </ul>
Mobilising resources	Gather and manage the resources you need	<ul style="list-style-type: none"> <li>Get and manage the material, non-material and digital resources needed to turn ideas into action</li> <li>Make the most of limited resources</li> <li>Get and manage the competences needed at any stage, including technical, legal, tax and digital competences</li> </ul>
Financial & economic literacy	Develop financial and economic know-how	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estimate the cost of turning an idea into a value-creating activity</li> <li>Plan, put in place and evaluate financial decisions over time</li> <li>Manage financing to make sure your value-creating activity can last over the long term</li> </ul>
Mobilising others	Inspire, enthuse and get others on board	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inspire and enthuse relevant stakeholders</li> <li>Get the support needed to achieve valuable outcomes</li> <li>Demonstrate effective communication, persuasion, negotiation and leadership</li> </ul>

Billede 3. EntreComp Ramme bord på Kompetencer til det arealaf 'Ressourcer' (Europæisk Provision, 2018).





## Competences per area INTO ACTION

Competence	Hint	Description
<b>Taking the initiative</b>	Go for it	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiate processes that create value</li> <li>Take up challenges</li> <li>Act and work independently to achieve goals, stick to intentions and carry out planned tasks</li> </ul>
<b>Planning &amp; management</b>	Prioritise, organise and follow up	<ul style="list-style-type: none"> <li>Set long-, medium- and short-term goals</li> <li>Define priorities and action plans</li> <li>Adapt to unforeseen changes</li> </ul>
<b>Coping with uncertainty, ambiguity &amp; risk</b>	Make decisions dealing with uncertainty, ambiguity and risk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Make decisions when the result of that decision is uncertain, when the information available is partial or ambiguous, or when there is a risk of unintended outcomes</li> <li>Within the value-creating process, include structured ways of testing ideas and prototypes from the early stages, to reduce risks of failing</li> <li>Handle fast-moving situations promptly and flexibly</li> </ul>
<b>Working with others</b>	Team up, collaborate and network	<ul style="list-style-type: none"> <li>Work together and co-operate with others to develop ideas and turn them into action</li> <li>Network</li> <li>Solve conflicts and face up to competition positively when necessary</li> </ul>
<b>Learning through experience</b>	Learn by doing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Use any initiative for value creation as a learning opportunity</li> <li>Learn with others, including peers and mentors</li> <li>Reflect and learn from both success and failure (your own and other people's)</li> </ul>

Billede 4. EntreComp Ramme bord på Kompetencer til det areal af 'Ind i Handling' (Europæisk Provision, 2018).



## 2.4 Læring Strategier

Det værktøjskasse er kompatibel med forskellige læring strategier og kan være Brugt til fremmeforskellige veje af lære:

- **Med mellemrum Øve sig** er læring at tager placere over en udvidet periode, hvor Information indsamling og forståelse er med mellemrum et kors at tid. Det værktøjskasse muliggør træner og pædagoger til design lærings scenarier hvor deltagerne kan plads ud deres studier.
- **Hentning Øve sig** kræver huske Information uden det hjælp af Andet materialer. Nogle af det værktøjer fremlagde i dette guide aktivere træner til gennemførelser hvor deltagerne skal placere deres læring materialer til side og del hvad de ved godt på -en særlig emne. Pædagoger kan senere genbesøge det materialer langs med deres deltagerne og klarlægge nogen misforståelser.
- **Uddybning** er går ud over det umiddelbar indhold til udforske og forklare det forbindelser mellem det læring materialer. Det kræver beskriver ideer i detalje. Nogle af det værktøjer fremlagde i dette håndbog tilskyndede deltagerne til uddybe på deres ideer.





- **Interleaving** er blanding af forskellige færdigheder i stedet af øve sig ene efter den anden igen. Ved brug af forskellige værktøjer, kan deltagerne øve sig med forskellige processer og undgå gentagelser.
- **Læring igennem eksempler** opstår, når deltagerne forstår abstrakte ideer ved hjælp af konkrete eksempler. Én strategi til læring kræver, at deltagerne tilgænger deres egne eksempler og vurderer deres forståelse.
- **Kombination af ord og billeder** er en måde, hvorpå deltagerne kan forbinde indholdet med visuelle billeder. Læringsværktøjer præsenteret i værktøjskassen er ideelle til kombination af ord og billeder.

## 2.5 Implementering af Plan til Forskellige Grupper af Elever

Undervisere og lærere, der bruger denne værktøjskasse, kan møde forskellige udfordringer, når de interagerer med en række forskellige elever. Følgende retningslinjer giver ideer til, hvordan man kan inspirere elever uanset deres baggrund.

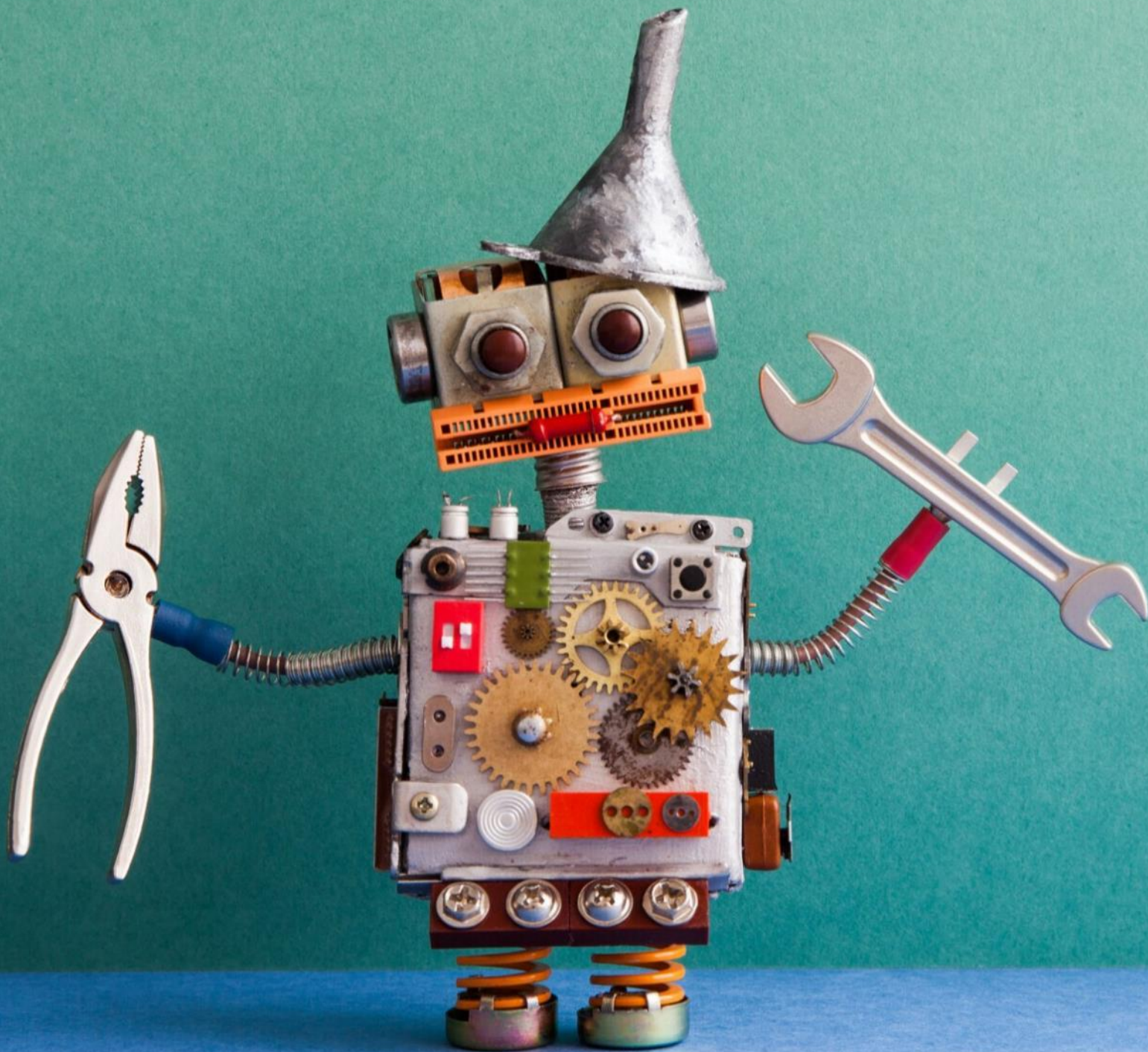
- ❖ **Nybegynder:** Disse elever kan komme fra forskellige uddannelsesmæssige baggrunde med nul til et grundlæggende niveau af viden inden for området. Underviserne bør indarbejde isbryderaktiviteter, hvor de vil have en chance for at forstå elevernes perspektiver, vidensniveauer og ikt-kompatibilitet. Ved at udføre isbryderaktiviteter ville underviserne have et kort over, hvor de skal starte undervisnings- og læringsprocessen. Husk, at nogle deltagere på begynderniveau kan være meget velbevandede i teknologiske værktøjer. Overvej, at nogle yngre elever kunne have brug for flere stimuli sammenlignet med ældre generationer. Underviserne skal implementere interaktive aktiviteter for at hjælpe eleverne med at fokusere på læring, da deres opmærksomhed er kortere end ældre generationer. Antag, at begyndere tilhører ældre generationer som Gen-X og millennials. I det tilfælde,



- ❖ **Erfaren for en kort periode i turismenindustri:** Disse lærende magt harhænder-på erfaring i det Mark med eller uden -en formel uddannelse baggrund. Derfor, det pædagoger brug for til Start ved får til ved godt dereselever, deresoplevelsesrigviden, og deres pædagogisk baggrunde. Det pædagoger brug for til forstå detudfordringer af det behandle af "aflære" og "opdaterer" bestemt viden vundet igennem det erfaring. Derfor, det pædagogisk implikationer skal udfordring den allerede eksisterende viden af det lærende til intrige det lærende til forfølge deres læring behandle yderligere.
- ❖ **Erfaren i lang tid i erhvervslivet:** Disse typer elever har været i sektoren i lang tid og har fået tilstrækkelig viden og erfaring. Den største udfordring for undervisere er at lære eleverne en anderledes måde at gøre tingene på eller et nyt koncept såsom bæredygtighed. Undviserne skal starte med at lære eleverne at kende, varigheden af deres tid i erhvervslivet og deres ekspertise. Den tilgang, som pædagogerne skal tage, omfatter:
  - ❑ Bygning på det eksisterende viden af deres elever,
  - ❑ Introduktion det ny tendenser og tilgange og deres positiv bidrag til detforretning,
  - ❑ Hjælper lærende til aflære og forbedre deres viden er ikke ved peger udderes "forkert-gøren" eller "mangel af viden" men ved opmuntrende dem til vil have tillære mere.



# Værktøjskasse





## Liste af Værktøjer

1. Adobe Express
2. Canva
3. Klik Op
4. Opret forbindelse det Prikker
5. De Bono Tænker Hatte
6. Drupal
7. edX
8. EU Miljømærke
9. europæisk Netværk af Tilgængelighed
10. Gephi
11. HootSuite
12. Klar Diagram
13. Mail Chimpanse
14. Mægtige netværk
15. Miro

16. Vægmaleri

17. national

Handicap Tilgæng

elighed

Værktøjskasse

18. Puffe

Markedsføring

19. Åben Gade Kort

20. Læs Højtaler

21. TED Ed

22. Trello

23. FN Spild og

VandLedelse

brugervejledning

24. WordPress

## Typer af Værktøjer Indholdsoprettelse



1. Adobe Express
2. Canva
3. LucidChart
4. Miro
5. Vægmaleri

## Læring og uddannelse



1. TED udg
2. edX
3. FN's håndbog om affald og vandhåndtering

## Branding og markedsføring



1. Mægtige netværk
2. MailChimp
3. Nudge Marketing
4. EU-miljømærke
5. HootSuite

## Typer af Værktøjer Projekt Ledelse



1. Trello
2. Klik op

## Gamification



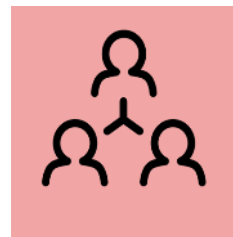
1. Tænker Hatte

## Tilgængelighed



1. europæisk Netværk af Tilgængelighed
2. national Handicap Tilgængelighed Værktøjskasse
3. Læs Højtaler

## Social Netværksanalyse



1. Opret forbindelse det Prikker
2. Gephi
3. OpenStreetMap

## Internet side Bygning



1. WordPress
2. Drupal



# Adobe Express



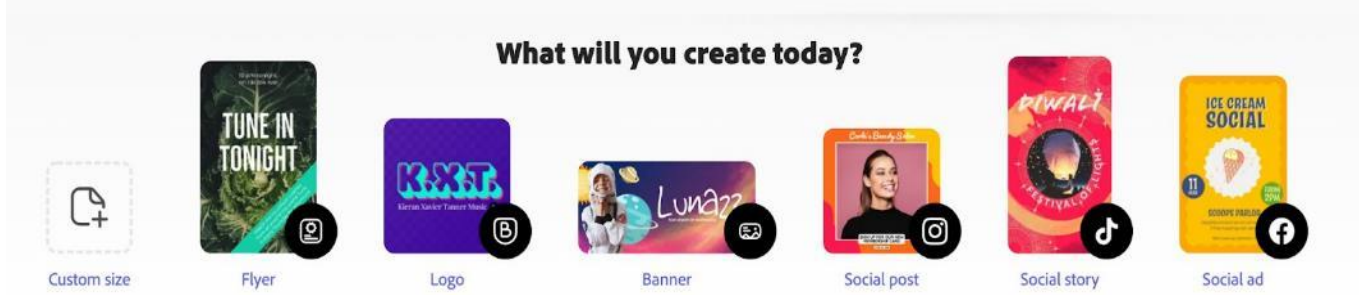
Type af Værktøj: Online / Indhold Skabelse og Design  
Værktøjer

Nyttigt til: Lavpris grafisk design

Internet side: <https://www.adobe.com/express/>

Billede 5. Adobe Express Logo (Adobe, 2022)

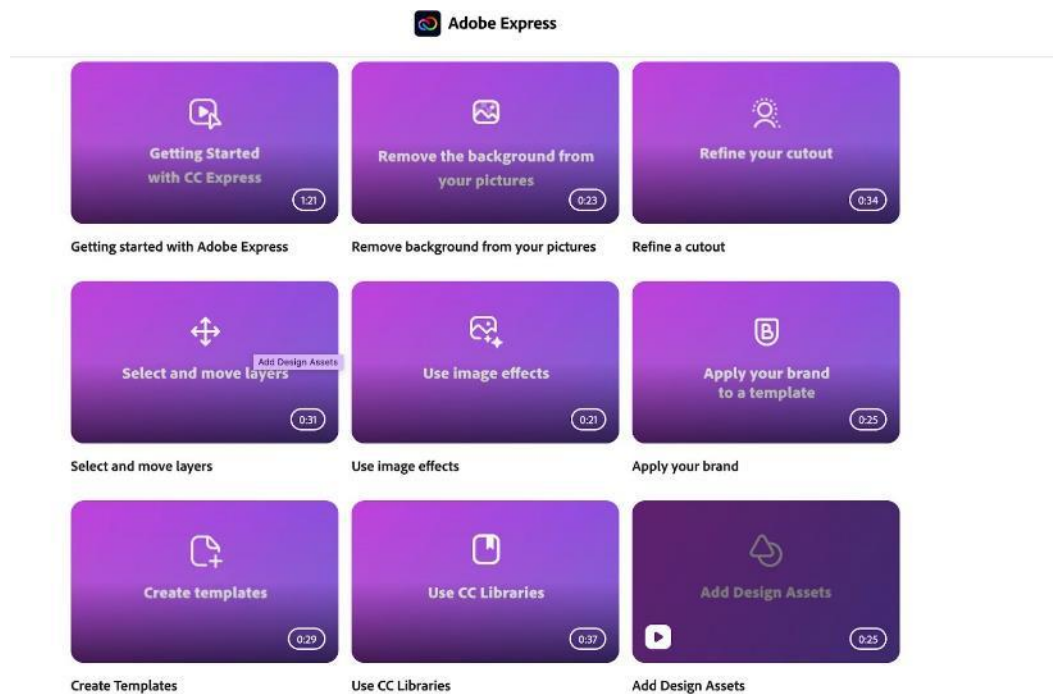
Adobe Express er -en ledig værktøj at udnytter -en trække-og slip stil til skab forskellige multimedieindhold til social medier. Brugere kan adgang ledig skabeloner igennem det web eller mobil app og skab -en bred rækkevidde af projekter. Det platform tilbud skabeloner til udstationering på social medier, skabe plakater, logoer, invitationer, kampagne flyers, annoncer og mange mere.



Billede 6. Funktioner af Adobe Express (Adobe, 2022)

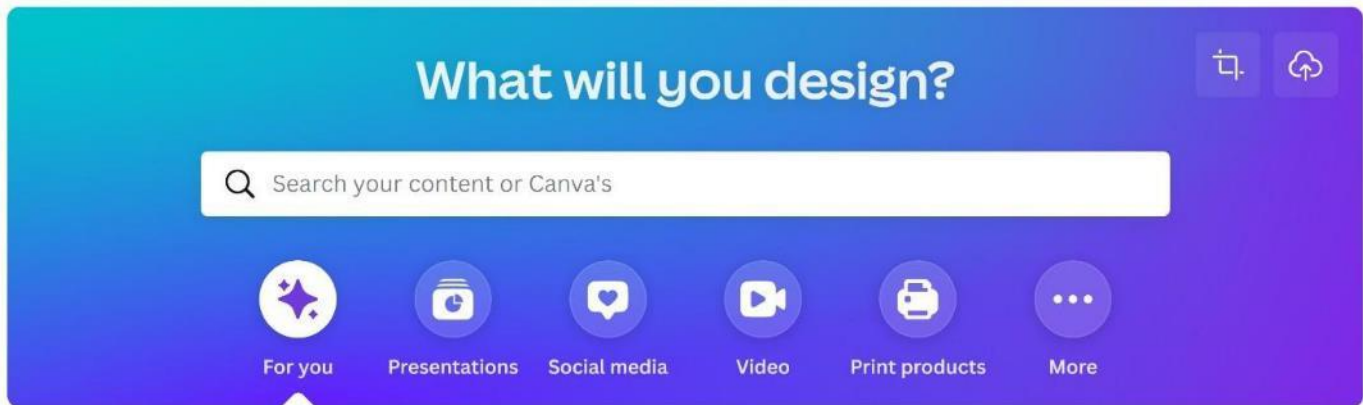
igennem Adobe Express, virksomheder kan skab markedsføring indhold til fremme deres virksomheder. Ligeledes, virksomheder eller enkeltpersoner kan udvikle ressourcer til formidling Information, skabe opmærksomhedskampagner eller forlagsvirksomhed projekt resultater. Ekstra funktioner af det platform tillade brugere til brug delt skabeloner og mærker til samarbejde konsistens og, langt om længe, tidsplan opslag på social medier.

Lære til brug Adobe Express ved adgang det følge tutorials:  
<https://www.adobe.com/express/learn/tutorials>



Billede 7. Adobe Selvstudier (Adobe, 2022)

# Canva



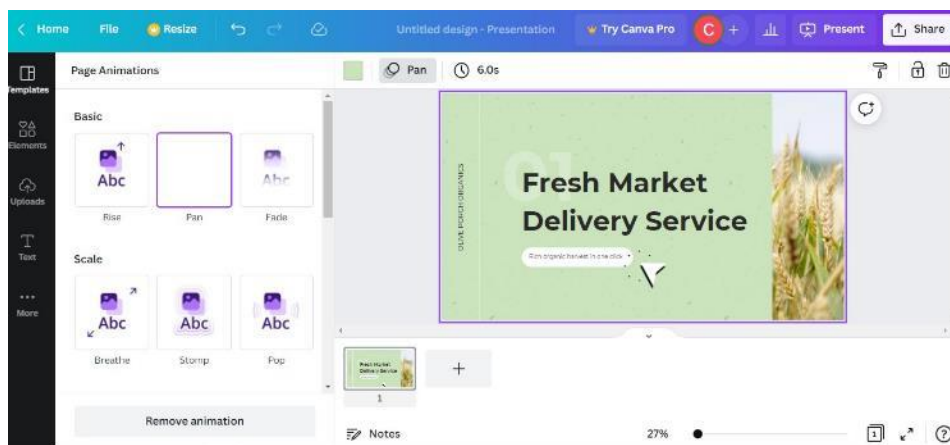
Billede 8. Hovedsøgefelt på Canva (Canva, 2022)

Type værktøj: Online-/indholdsoprettelse og designværktøjer

Nyttigt til: Lavpris grafisk design

Internet side: <https://www.canva.com/>

Canva er et onlinedesign i træk-og-slip-stilprogrammed gratis og premium muligheder, der gør det muligt for dig at bringe dine designs til live på få minutter. Dette onlineprogram giver personer uden baggrund i design muligheden for at skabe attraktiv grafik, skabeloner og covers af høj kvalitet til sociale medieplatforme.



Billede 9. Canva Designer: viser sideanimationer at kan være faldet på det side, med -en præsentationskabelonmed kan tilpasses tekst, farver og billeder i det centrum af det skærmen (Canva, 2022).



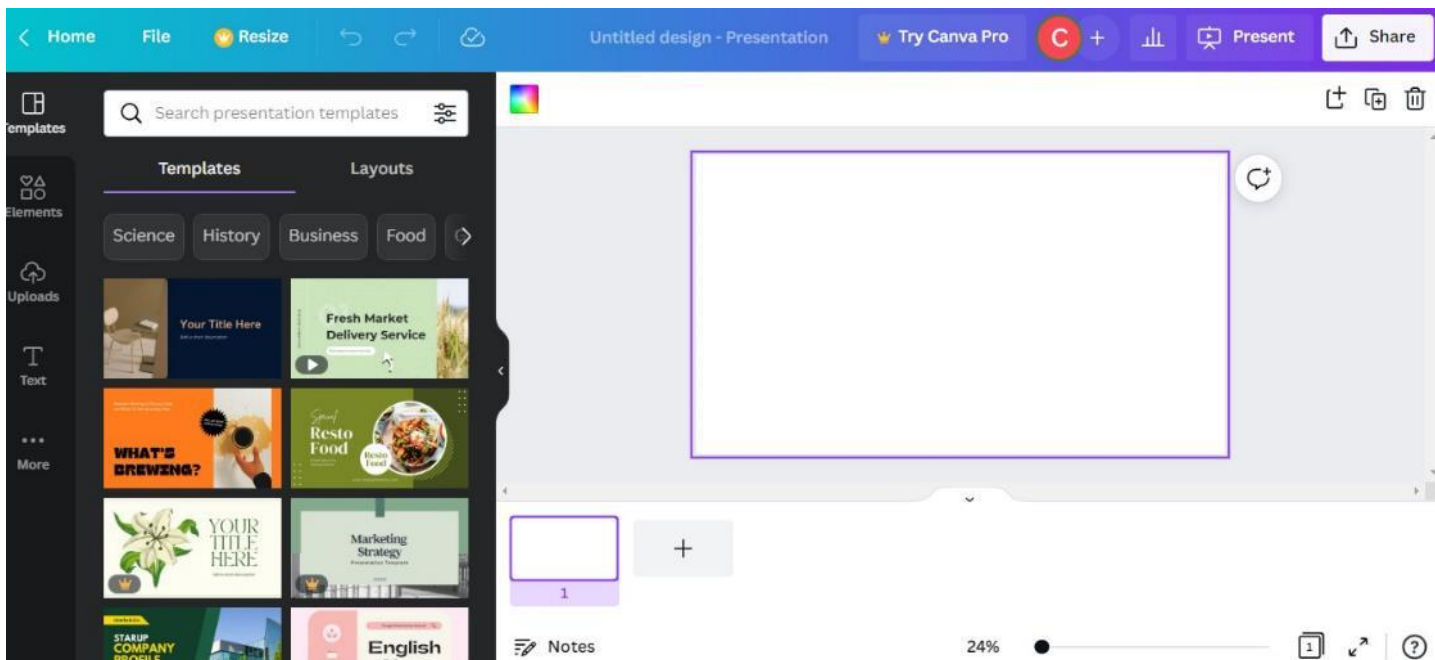
Den gratis version kommer med over 250.000 skabeloner, 100+ designtyper, hundredvis af gratis fotos og grafik og nok funktionalitet til at komme i gang. Fra logoer og plakater til visitkort, flyers og præsentationer kan Canva hjælpe enkeltpersoner med at designe et væld af marketing- og socialt medieindhold og præsentere et professionelt billede uden behov for designfærdigheder eller den nødvendige designsoftware, herunder:

- Facebook-forsider og Facebook-opslag – opret brandede Facebook-forsider og -opslag. Canva har tusindvis af gratis skabeloner professionelt designet og klar til at blive tilpasset med mærker.
- Pinterest indlæg- Canva har tusindvis af Pinterest-grafik i forskellige former og størrelser, der giver dig mulighed for at skabe et design, der skiller sig ud
- Instagram-historier- Hundredvis af skabeloner at vælge imellem for at give din Instagram-marketingindsats et professionelt look af høj kvalitet
- TikTokVideoer- Gratis skabeloner til designs, der er nemme at tilpasse og del og flere animerede strenger og segmenter, der kan droppes i videoer.

Et spændende værktøj i Canvas suite er dets Storyboard Creator. Et storyboard er en repræsentation af en digital histories elementer gennem tekst eller grafik. På denne måde kan brugerne få adgang til platformen som et værktøj til at skabe digitale historier (såsom videoer) og komponenter, der udgør en afgørende del af din digitale historie (billeder/grafik). Derudover kan brugere også planlægge deres digitale historier.

Med Canva kan folk downloade færdige designs eller uploade dem direkte til sociale medieplatforme. Det er muligt at invitere folk til at samarbejde om designs. Canva er perfekt til ikke-tekniske enkeltpersoner eller små virksomheder, der leder efter enkelt, gennemarbejdet design inden for en brugervenlig grænseflade.

For dem, der bruger det med video, er der begrænsninger på størrelsen af den uploadede video, hvilket begrænser brugen af det som et videoredigerings-/grafikeffektværktøj. Alligevel giver det et væld af skabeloner og animerede segmenter, der kan sættes på plads. Canvas betjening kræver ikke brug af en kraftfuld computer til at manipulere eller gengive videoen.



Billede 10.Canva Designer: Præsentation skabeloner på det venstre hånd side af det skærmen (Canva, 2022).

## Klik op



Billede 11. Klik op Logo (Klik op, 2022).

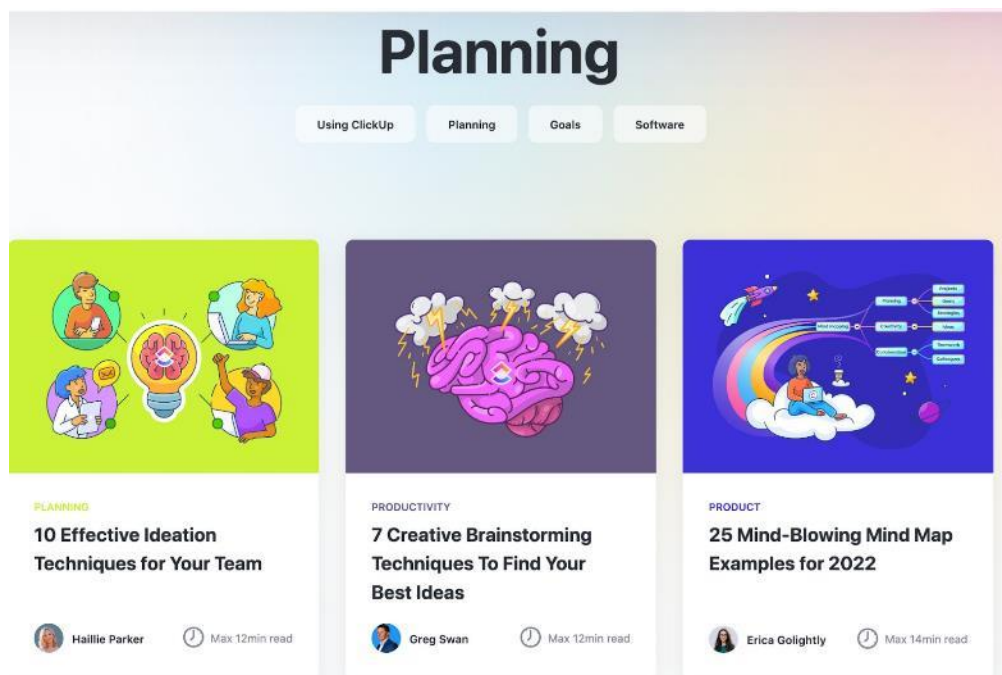
Type værktøj: Produktivitetssoftware

Nyttigt til: Projektledelse

Internet side: <https://clickup.com/>

Klik oper et værktøj, der bruges som en alt-i-en projektstyringsapplikation. En af kerneideerne i Klik oper at samle forskellige produktivitetværktøjer i én applikation for at undgå at nedbryde arbejdet i andre produktivitetssapps. Klik op giver ledere mulighed for at organisere teamwork-aktiviteter og oprette arbejdsområder, mapper, lister, opgaver og underopgaver og tjeklister.

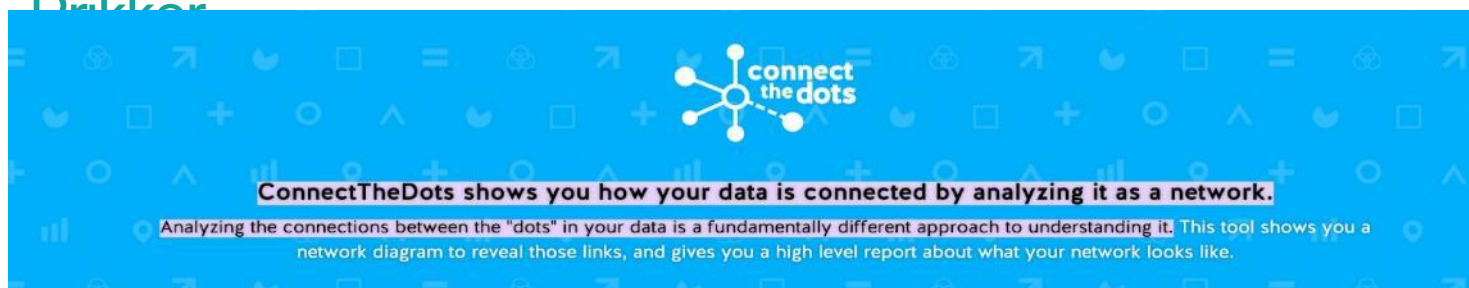
Ledere kan tildele opgaver til flere personer, fastsætte prioriteter, overvåge teammedlemmers fremskridt, nedbryde projekter og mere. Klik oper ideel til teams, der arbejder eksternt gennem chat- og anmærkningsfunktioner og Zoom-integration.



Billede 12. Klik op tilbud iværksætter Tips til dens brugere (Klik op, 2022).

Klik op kan være -en nyttig produktivitet værktøj til turisme SMV'er leder til har en alle-i-en arbejde ledelse software at muliggør mål indstilling, kreativitet, og planlægning. Det er - en værdifuld samarbejde samarbejde værktøj at fostrer en iværksætter og kreativ arbejdsrum.

## Opret forbindelse det Drikker



Billede 13. Foran side (Opret forbindelse det Prikker, 2022).

**Type værktøj:** Social Network Analyse/ Kortlægning af interessenter og statistisk beregning af relationer.

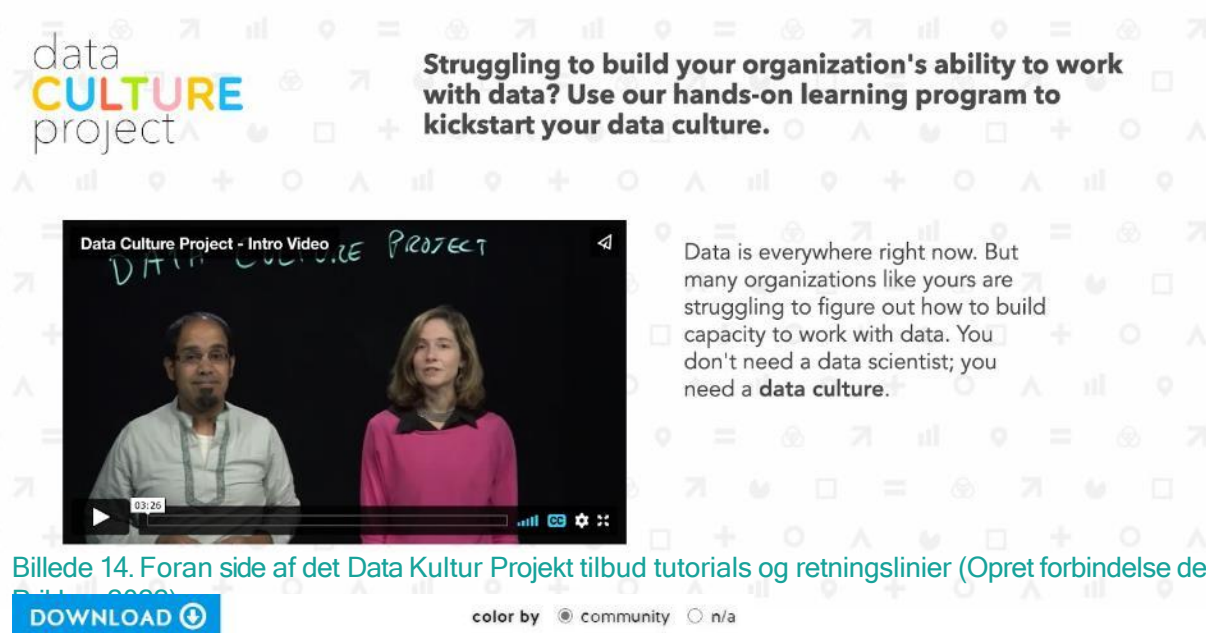
**Nyttigt til:** Visuelt repræsenterer et turistnetværks state of the art eller vision om, hvor det skal komme.

**Internet side:** <https://databasic.io/>



Connect the Dots er et værktøj, der giver brugerne mulighed for at oprette visuelle netværksdiagrammer for at udforske, hvordan data er forbundet. Det visualiserer det muligt at undersøge sammenhængen mellem datapunkterne og deres indbyrdes forbundne. Connect the Dots kan være et værdifuldt værktøj til at implementere deltagende tilgange til at udforske relationer mellem forskellige interessenter. Gennem Connect the Dots kan SMV'er forstå strømmen af ressourcer mellem mennesker, institutioner og organisationer. SMV'er kan bruge Connect the Dots til at identificere potentielle partnere og netværk for samarbejde. Derudover kan de finde mange interessenter at overveje og konsultere, når de implementerer bæredygtige initiativer.

Brugere, der har brug for assistance og vejledning, der arbejder med deres virksomheds data, kan få adgang til 'datakulturprojektet' for at modtage tips, vejledning og støtte om



data  
CULTURE  
project

**Struggling to build your organization's ability to work with data? Use our hands-on learning program to kickstart your data culture.**

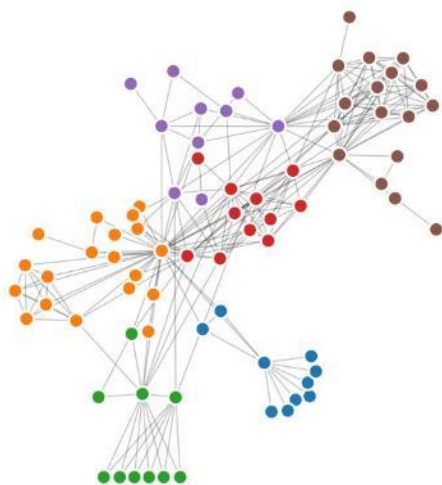
Data Culture Project - Intro Video

Data is everywhere right now. But many organizations like yours are struggling to figure out how to build capacity to work with data. You don't need a data scientist; you need a **data culture**.

DOWNLOAD

color by  community  n/a

Billede 14. Foran side af det Data Kultur Projekt tilbud tutorials og retningslinier (Opret forbindelse det



Billede 15. Visualisering af -enprøvenetværk analyse (Opret forbindelse det Prikker, 2022)

# DeBono Tænk Hatte

Type af Værktøj: Game

**Nyttigt til:** Kreativ facilitering metode at tilskynder til udtryk og appellerer til allefølelsesmæssig profiler. Dette vilje aktivere dig til tilpasse din tale til din publikum og dermed finde argumenter at hæve opmærksomhed blandt alle profiler.

**Internet side:** N/A

Det Seks Hats-metoden, taget fra bogen Six Hats for Thinking, er en metode til at strukturere personlig og gruppetænkning, udviklet af Edward de Bono, for at løse problemer ved at fremme kritisk tænkning og undgå tidlig censur af nye, foruroligende eller usædvanlige ideer. Ifølge Karadag et al. (2009) udvikler denne metode kreativ tænkning ved at præsentere og systematisere tanker og forslag i et specifikt defineret format. For at gøre dette opfordres deltagerne til at nærme sig spørgsmålet ved at skiftes til at bære forskellige "hatte" af en bestemt farve. Rækkefølgen, hvori hattene bliver vedtaget, varierer afhængigt af typen af problem.

Six Hats-metoden til tænkning er designet til at tilskynde til generering af nye ideer. Virksomheder har brugt det til at fremme skabelsen af usædvanlige ideer eller endda identificere løsninger på områder, der tidligere blev opfattet som problemer. SMV'er kan således drage fordel af at anvende denne metode som et middel til at stimulere innovation i deres forretningspraksis. I betragtning af, at bæredygtighed er et område, der kræver en enorm mængde kreativitet, vil turistvirksomheder, der forsøger at implementere bæredygtige løsninger, have stor gavn af Six Hats-metoden.

Ud over den hjælp, den giver i idéprocesser, er Six Hat-metoden et værdifuldt værktøj til teamsamarbejde. Det fremmer et åbent rum til at dele ideer og muliggør sund konfliktløsning. Ved at gøre det kan teams se problemer fra et bredere perspektiv og forskellige "ud af boksen"-vinkler.

**Table 2**  
Coding table of six thinking hats.

Type	General definition	Sub-definition	Example
<p>Blue hat</p> 	Steer and control the general process of discussions and the direction and scope of thinking	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Determine steps of discussion, control designing process, arrange what to do or not to do (matters)</li> <li>· Control/determine the designing direction and theme during the discussion (e.g. groups, themes, scope) (contents)</li> <li>· Indirectly guide the direction and contents of thinking by asking questions (guidance)</li> <li>· Summarize the discussions, straighten out the order, levels and highlights (including records and drawing)</li> </ul>	<p>Let's list all the people we've chosen and divide them by age group...Then we'll list the health issues associated with these groups...</p> <p>Let's work on the elderly group.</p> <p>We settle on the young group then. We have to define it - how old are they? Male or female?</p> <p>Right, it's a circular process. After you use these services...</p>
<p>White hat</p> 	Provide necessary information during the discussions	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Provide or present objective facts, information, case studies, news, etc. (including personal experience and case studies)</li> <li>· Express personal views about design problems or plans (with passive or positive sentiments, dislike or like) without any explanation</li> </ul>	<p>There are four major chronic diseases, and they all have a rather high death rate. There is a large number of diabetes patients in China; as to respiratory disease...</p>
<p>Red hat</p> 	Rely on personal feelings or emotions during the discussions without any explanation or reasons	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Conjecture a problem from personal perspective without any reason</li> <li>· Discover opportunities, find their values and interests, positively evaluate their future feasibility and operability (with reason and evidence, make clear statement)</li> </ul>	<p>It feels eerie.</p> <p>I don't want to read an all-text paper.</p>
<p>Yellow hat</p> 	Be optimistic about the plan, idea, situation and scenario; focus on the interest points and advantages	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Remain positive and optimistic when other members are negative, doubtful or hesitant</li> <li>· List the shortcomings, mistakes, difficulties, omissions and points for special attention. Negatively and passively evaluate the future feasibility and operability</li> </ul>	<p>This is technically feasible without substantial obstacles.</p> <p>(M: He may not pay much attention to this.) W: Exactly because they don't know much about this, we need to present this to them, educate them about it, and make them focus on the young group.</p> <p>We may have to communicate closely with medical experts and doctors within a short period of time. That will be quite difficult.</p>
<p>Black hat</p> 	Think carefully and cautiously during the discussions, pay attention to dangers and potential problems	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Be doubtful or sceptical about the idea</li> <li>· Suddenly realize the inconsistencies and omissions.</li> </ul>	<p>You need to realize that the canteen is a crowded place with high mobility of people. How can it accommodate something like this?</p> <p>Oh, I didn't see this coming...</p>
<p>Green hat</p> 	Generate a new plan instead of making a judgment	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Create a new idea during the discussions</li> <li>· Elaborate on an idea already proposed during the discussions</li> </ul>	<p>We can set up an intermediate agency to connect the middle-aged group with the hospitals or doctors. Files will be opened for the group to remind them to take the physical examination in due time.</p>

Bord 1. kodning bord af seks hatte. Tilpasset fra: Hu, Y., Yu, W., Ren, Z., Du, X., Lan, L., Wang, Q., . . . Guo, Y. (2021). Koordinerende rolle af seks-hat tænker teknik i design hold i løbet af ide-generation fase af service design.



# Drupal



Billede 16. Foran side logo af Drupal (Drupal, 2018).

Type af værktøj: Web design og Indhold Ledelse

Nyttig til: Meddelelse, Formidling, Indhold Lederet

Internet side: <https://www.drupal.org/>



Billede 17. Drupals forskellige funktioner (Drupal, 2018).

Drupal er et open source content management system (CMS), der giver brugerne mulighed for at udvikle og administrere deres eget indhold på nettet. Drupal har et indbygget tilgængelighedssæt for at gøre websteder mere tilgængelige. Derudover har dette værktøj en flersproget grænseflade og tjenester til at integrere indhold til tredjepartsværktøjer. Drupal kan være en nyttig ressource for virksomheder, der søger at undgå at skulle betale for licensafgifter og være i stand til at imødekomme deres forretning til et mangfoldigt, flersproget publikum med forskellige behov.

Med Drupal har brugere adgang til nøgleelementer på et websted, såsom et rum til diskussionsfora, kontaktformularer og blogging. Disse byggewebssteder kan søge hjælp til at bruge de forskellige funktioner, der tilbydes af platformen.



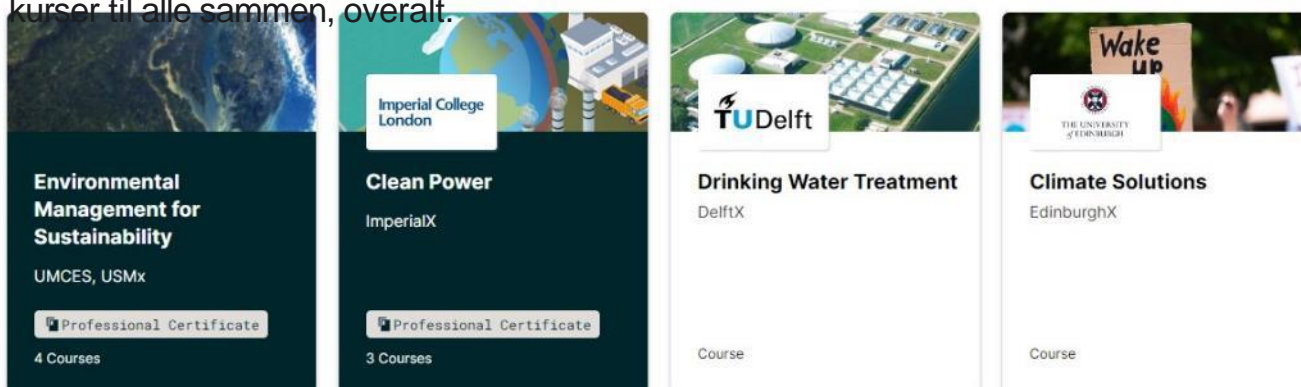
Billede 18. Logo (edX, 2022).

Type værktøj: Gratis online træningskurser

Nyttigt til: At lære om en lang række emner vedrørende deltagende turisme, bæredygtige initiativer og udfordringer, klimaforandringer og iværksætteri

Internet side: [edx.org](https://edx.org)

edX er -en missionsdrevet organisation forfølger -en mål hvor nogen lærende kan adgang pædagogisk materiale og dyrke til deres fuld potentiel uden det forhindringer af Beliggenhed og koste. Det edX værktøj er -en platform at tilbud kurser online til ledig. Siden 2012 edX har været arbejder igennem for fremmelse, partnerskab og software bygning til skab -en platform at trækker forbindelser mellem prestigefyldte i hele verden universiteter at tilbud kurser til alle sammen, overalt.



Billede 19. Kurser relateret til bæredygtighed temaer (edX, 2022).

edX giver turisme-, kultur- og kulturarvssektoren overalt i verden adgang til uddannelse om miljø- og bæredygtighedsspørgsmål. Det muliggør online campusser, instruktørledede kurser, uddannelser og kurser i eget tempo ved hjælp af en enkelt platform, hvilket styrker elever og instruktører gennem interaktive fora, diskussionsfora, live videokonferencer og instruktør-dashboards.

## EU- miljømærke



Billede 20. Logo (EU Miljømærke 1992).

EU-miljømærket blev indledt i 1992 som EU's officielle mærke til at identificere miljøansvarlige produkter. det er anerkendt over hele kloden såvel som i Europa. Produkter certificeret med dette mærke har en verificeret lav miljøpåvirkning. Gennem miljømærket kan producenterne placere miljøvenlige varer og tjenester på markedet. Forbrugerne kan derfor vælge grønnere muligheder. Dermed, EU-miljømærket kan styrke forbrugerne og tilskynde cirkulationen af grønne produkter.

Type værktøj: Etiket

Nyttigt til: Certificering af produkter med en garanteret, uafhængigt verificeret lav miljøpåvirkning

Internet side: <https://eu-ecolabel.de/da/>

## europæisk Netværk af Tilgængelig Turisme



Billede 21. Logo (ENAT, 2022)

Type værktøj: Netværk

Nyttigt til: Opbygning af viden, færdigheder og netværk med jævnaldrende og eksperter

Internet side: <https://www.accessibletourism.org/>

Det europæiske netværk for tilgængelig turisme (ENAT) er en sammenslutning af virksomheder, turistråd, kommuner, handicaporganisationer, forskere og enkeltpersoner, der arbejder for at forbedre adgangen til rejser og turisme. ENAT er en sammenslutning af virksomheder, turistråd, kommuner, handicaporganisationer, forskere og enkeltpersoner, der arbejder for at forbedre adgangen til rejser og turisme. ENAT arbejder hen imod bedre tilgængelighed i turistindustrien ved at samle "eksisterende viden i det universelle design af miljøer, produkter og tjenester og give alle aktører mulighed for at bruge denne viden gennem samarbejde" (ENAT 2022) ENAT har til formål at bidrage til at gøre Europa til et tilgængeligt destination, hvor alle rejsende kan bevæge sig frit og nyde nye oplevelser, alt imens de er sikre på at få den service, de har brug for og forventer.





Billede 22. ENAT tilbyder webinarer om tilgængelig turisme(ENAT, 2022).

ENAT mener, at tilgængelig turisme skal være en prioritet - for turisternes velvære og langsigtede bæredygtighed af turistindustrien. "Ved at udnytte netværkets viden og erfaring forbedrer vores medlemmer tilgængeligheden af turistinformation, transport, infrastruktur, design og service for besøgende med alle former for adgangsbehov" (ENAT, 2022). Således leverer modeller af ekspertise inden for tilgængelig turisme for hele turistindustrien. Gennem deres hjemmeside er det muligt at finde flere ressourcer, bl.a. onlinekurser, arrangementer, projekter og et bibliotek med onlinematerialer. Derudover etablerede ENAT i 2018 "World Tourism for all Quality Programme"(WTFA) for at give turismeoperatører en guidet standard.



jebmage 23. WTFA certificeringer (ENAT, 2022)

# Gephi



Billede 24. Logo (Gefi, 2022).

**Type af værktøj:** Social Netværk Analyse

**Nyttig til:** Visuelt repræsenterer -en turisme netværkets stat af det kunst eller vision af hvor det skulle gerne få.

**Internet side:** <https://gephi.org>

Gephi er open source software designet til bære ud netværk visualisering og analyse. Det muliggør brugere til adfærd videnskabelig forskning på netværk til udforske det sammenkoblinger mellem "fysisk, oplysende, biologiske, kognitive, og social netværk" (Gefi, 2022). Det software bruger 3D gengivelse til Skærm grafer og lette analyse. Gephi kan være -en værdifuld

## to use Gephi

Welcome to Gephi! Gephi is an open-source software for visualizing and analysing large networks graphs. Gephi uses a 3D render engine to display graphs in real-time and speed up the exploration. You can use it to explore, analyze, spatialize, filter, customize, manipulate and export all types of graphs.

### Getting Started

New to Gephi? These guides are for you. The following pages should introduce you to the Gephi project, basic features and installation.

#### Quick Start Guide

#### Supported Graph File Formats

- Goals and Principles of the project
- System Requirements, Installation, Release Notes
- User Interface description
- Exported File Formats

### Official Tutorials

Gephi is really easy to handle if you learn the basics. Let's follow these tutorials to quickly manage the main features!



- How to Import Spreadsheet (Excel) Data // video
- How to Import Dynamic Data

værktøj til organisationer og virksomheder

interesserede i udføre sofistikeret netværk analyse og ønsketil undersøge data udledning fra forskellige slags afnetværk. Gephi kan være Brugt til udforske kompleks social-økologisk systemer. Ved gør så, brugere kan frembringe velinformerede bæredygtige turismeinitiativer, der tager hensyn til turismens indvirkning på socialt og miljømæssigt niveau. Gephi tilbyder selvstudier og

nyttige ressourcer til dem, der er interesserede i at bruge applikationen. På deres

hjemmeside er det muligt

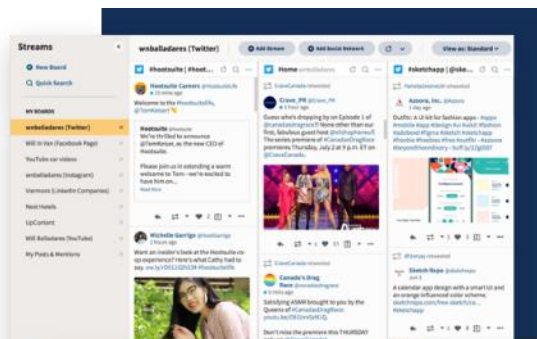
for at få adgang til links til casestudier og publikationer af undersøgelser udført

EUROPEAN

YOUTH

ROOTS

# Hootsuite



Type værktøj: Sociale medier

Nyttigt til: Bevidstgørelse, markedsføring, netværk

Internet side: <https://www.hootsuite.com/>

Sociale medier er et fantastisk værktøj til at øge brand awareness

Udstationering af engagerende indhold, reagere på

spørgsmål eller kommentarer og deltagelse i fællesskabssamtaler hjælper med at opbygge brandbevidsthed. HootSuite er et automatiseringsværktøj til sociale medier, der gør det muligt for brugere at administrere alle deres sociale kanaler, engagere nye målgrupper og udvide deres sociale publikum med værktøjer, der kan planlægge og automatisere indlæg på tværs af alle platforme. Gennem HootSuite kan virksomheder svare kunder fra forskellige netværk, booste positive reaktioner og holde styr på indgående beskeder alt sammen fra en integreret platform. Ved at analysere sociale mediers post-performance kan SMV'er finde ud af, hvad der virker, og hvad der ikke gør. De kan oprette og udgive indhold og planlægge opslag gennem ét brugervenligt dashboard. HootSuite er tilgængelig på seks sprog, og det er nemt at integrere med andre apps og platforme, inklusive Canva. Med Hootsuite kan virksomheder sende opdateringer,

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- Instagram
- Pinterest
- Youtube

Brugere kan maksimalt administrere 10 sociale mediekonti og svare på direkte beskeder og kommentarer, alt sammen fra platformen. De kan spore postengagement, antal følgere og ydeevne på brugerdefinerbare dashboards. Husk, at en 30-dages prøveperiode er tilgængelig, men der er en månedlig pris.

# Lucidchart

Billede 27. Logo (Lucidchart, 2022).

Type af værktøj: Online

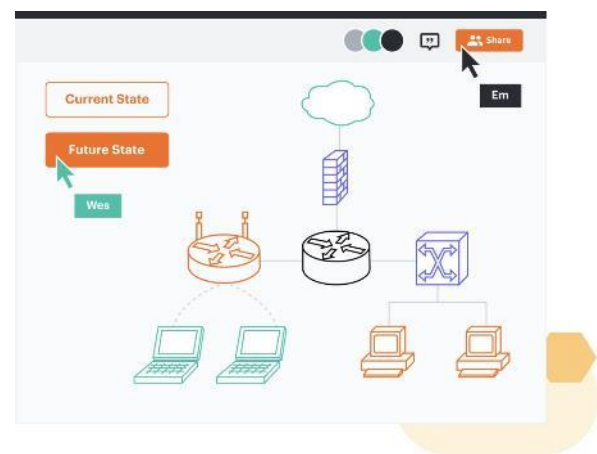
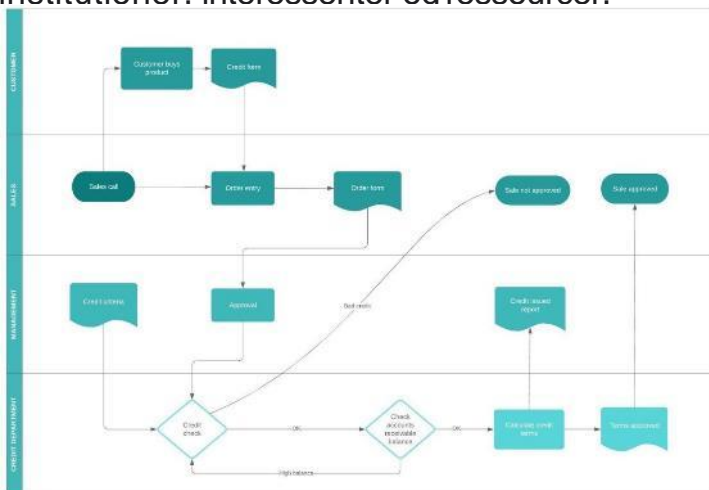
Samarbejdende Tavler

Nyttig til: Visuelt repræsenterer -  
enturisme netværkets stat af det  
kunst ellervision om, hvor den skal  
hen.

Internet

side:<https://www.lucidchart.com>

Lucidchart er en online diagrammer platform at tillader brugere til tegne, revidere, og del diagrammer og diagrammer med andre til samarbejde med dem. Lucidchart muliggør brugere til skab og del diagrammer fra kradse, at sørge for fleksibilitet til skitsering og brainstorming ideer. Det platform er helt browser-baseret, fremstilling det let til skab visuals, til få -en hurtig Start med parat-lavet skabeloner, og til trække og dråbe former til tilpasse det diagrammer oprettet. Det platform muliggør hold til arbejde produktivt, fra brainstorming med diagrammer til planlægning og administrerende adræt arbejdsgange. Turisme SMV'er kan brug det platform til projekt planlægning, skabe forretning ideer, designe marked strategier, diagrammer samarbejdende netværk eller visualisere det sammenkoblinger mellem global og lokal institutioner. interessenter og ressourcer.



Billede 28. Diagram prøver (Lucidchart, 2022).



# MailChimp



Type af værktøj: E-post

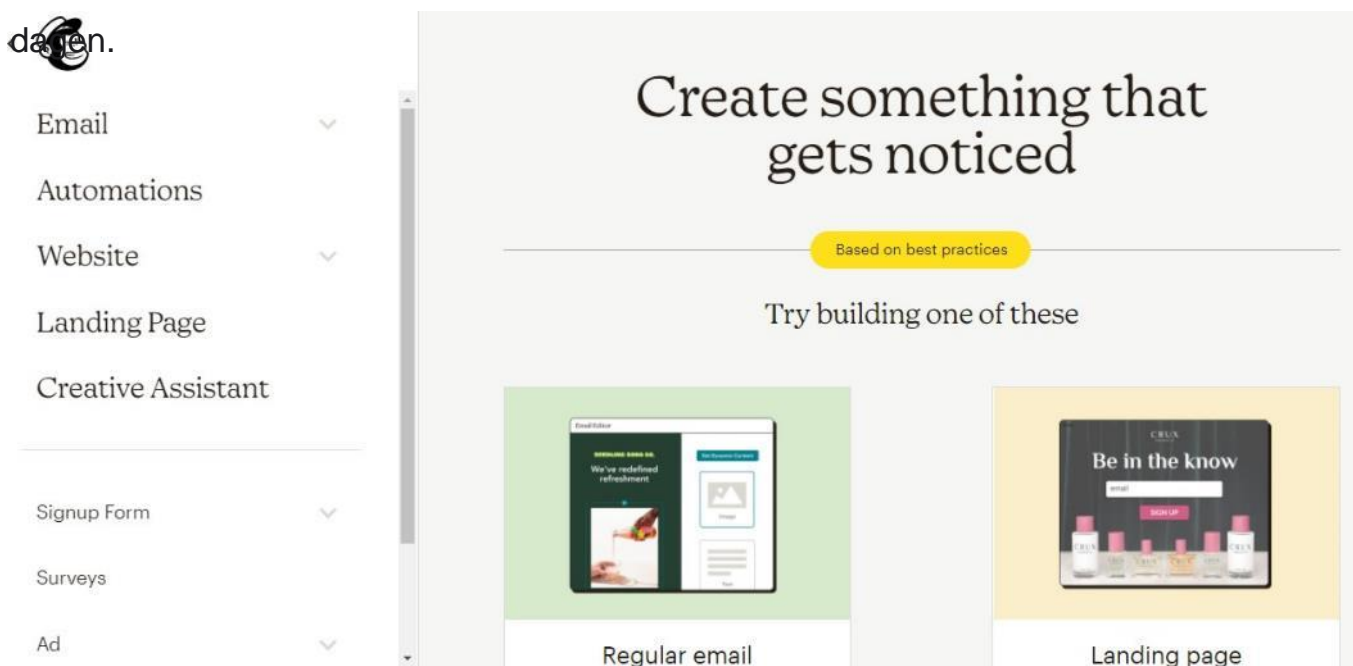
Nyttigt til: Marketing,

NetværkInternet side:

<https://mailchimp.com>

Billede 29. Logo (MailChimp, 2022)

MailChimp er det førende e-mail marketing management værktøj med over 13 millioner forretningsbrugere. Den indeholder let at skifte og kan tilpasses skabeloner til e-mail-marketing, giver brugerne mulighed for at vedligeholde en e-mail-liste, regelmæssigt kommunikere og sende e-mails og overvåge engagement, alt sammen inden for en nem og brugervenlig grænseflade. En gratis version af MailChimp er tilgængelig, hvis virksomheder planlægger at sende mindre end 10.000 e-mails om måneden og mindre end 2.000 om dagen.



Billede 30. Dashboard (MailChimp, 2022).

Du kan importere alle dine kontakter til MailChimp og administrere dem fra grænsefladen. MailChimp vil behandle oplysningerne og give nyttig publikumsindsigt. Markedsføring via e-mail kan, når det gøres med tilstrækkelig tid og dedikation, generere givende afkast, fordi det opbygger et konsistent publikum. Mailchimp har indbyggede værktøjer til at hjælpe sine brugere, herunder anbefalede bedste praksis. Bemærk, at tredjeparts e-mail-lister ikke er tilladt. Derfor skal alle e-mail-lister, der bruges i MailChimp, indsamles af brugerne i første omgang. For at overholde GDPR skal modtagere desuden have givet virksomheder deres tilladelse til at sende dem e-mail-marketing. Medmindre det er af specifikke forretningsmæssige årsager, har virksomheder brug for en fravalgsmulighed på enhver e-mail marketing, de sender.

**Choose your email builder**

We're introducing a new way for you to design the perfect email, but since our work is ongoing, we recommend you stick with our classic builder for now.

**Classic Builder**

Elementary Element

Text Image

Drag Media Buttons Product

- Our traditional builder you may know and love
- Create custom templates and showcase your e-commerce products

Select

**New Builder BETA**

Elementary Element

Looks for Every Personality

- A sleek, updated user interface to add and edit content inside the email itself
- Wishlist features our users have been asking for, like Undo/Redo

Select

Billede 31. Forskellige e-mail bygherrer (MailChimp, 2022).

# Mægtig Netværk



Type værktøj: Fællesskabsplatform

Nyttigt til: Online hosting til at oprette kurser, fællesskaber, fora osv.

Internet

side: <https://www.mightynetworks.com/>

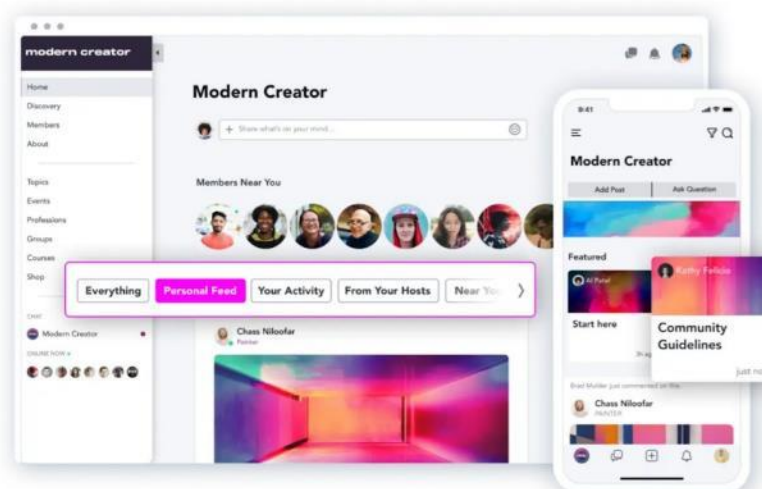
Billede 32. Logo (Mighty Networks, 2022).

Mighty Networks er en platform til at bygge og bringe fællesskaber sammen. Det er designet til virksomheder, der ønsker at have et rum til at afholde begivenheder eller deres følgere på sociale medier. Gennem Mighty Networks kan virksomheder gøre live-streaming, afvikle onlinekurser eller give adgang til videoer og indhold. Ideen med at hoste fællesskaber gennem en enkelt platform er at placere følgere eller kunder i ét rum, der opererer under virksomhedens brand. Mighty Works kan derfor være nyttige for virksomheder, der ønsker at styrke deres brand og markedsføre deres produkter eller tjenester på ét sted.

## Scale a community without chaos or complexity

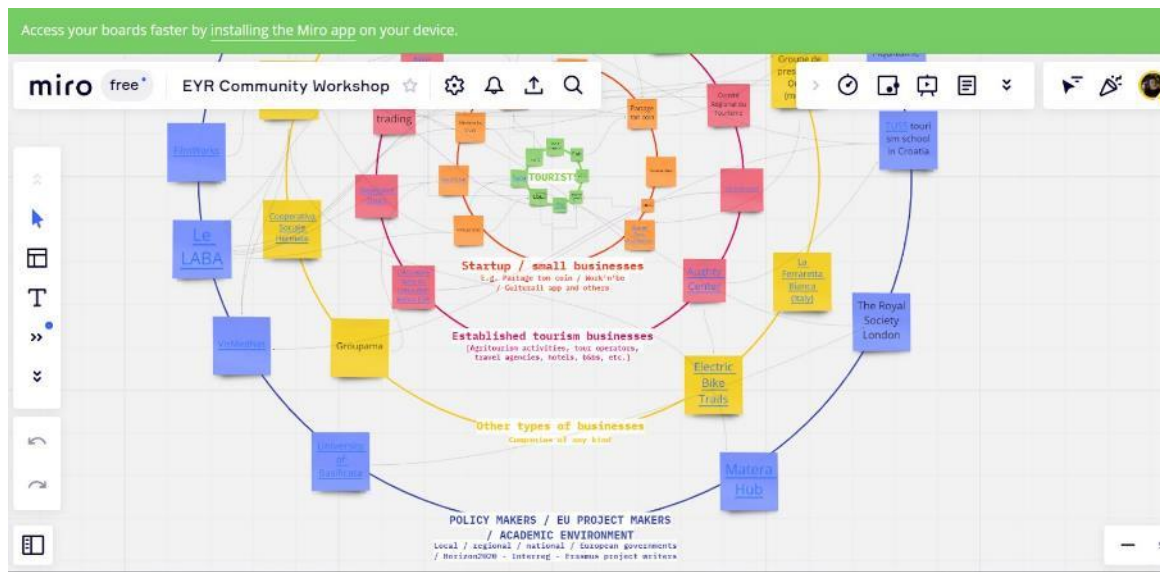
Whether you're just starting out with 30 members or have grown to 300,000, your member experience and community management will remain uncompromised.

- The Mighty Effect™ personalization technology means the activity feed is unique to each member, serving them relevant content
- Welcome and Discovery sections make it easy for new members to get oriented
- Unlimited members, Hosts, and moderators on every Mighty plan



Billede 33. Dashboard (Mægtig Networks, 2022).

# Miro



Billede 34. Billede af EYR Fællesskab Værksted ved brug af Miro (MateraHub, 2022)

**Type af værktøj:** Online Samarbejdende Tavler

**Nyttig til:** Visuelt repræsenterer -en turisme netværkets stat af det kunst eller vision af hvor detskulle gerne få.

**Internet side:** <https://miro.com/>

Miro er en online, hurtig, gratis kollaborativ tavleplatform, der hjælper brugere med at samarbejde med andre med sin brugervenlige ramme. Miro giver en engagerende og intuitiv oplevelse via flere muligheder for realtid/synkront samarbejde og asynkront teamwork på en online whiteboard. Applikationen tilbyder et lærred til sine brugere, der giver dem mulighed for at vælge, hvordan de vil arbejde med deres team. Dem, der arbejder med Miro, kan være vært for/oprette digitale brainstormingaktiviteter, dokumentere møder, styre arbejdsgangen og undervise en klasse ved hjælp af den digitale tavle. De kan planlægge og designe deres ideer, udvikle onlineresourcer til deres klasser og give deres deltagere opgaver. Ligeledes kan medlemmer af Miro-fællesskabet mødes online med andre medlemmer af deres klasse/hold ved at bruge det digitale tavleværktøj.





Billede 35. Logo (vægmaleri, 2022)

Type af værktøj: Online Samarbejdende Tavler

Nyttig til: Visuelt repræsenterer -en turisme netværkets stat af det kunst eller vision af hvor detskulle gerne få.

Internet side: <http://www.mural.co/>

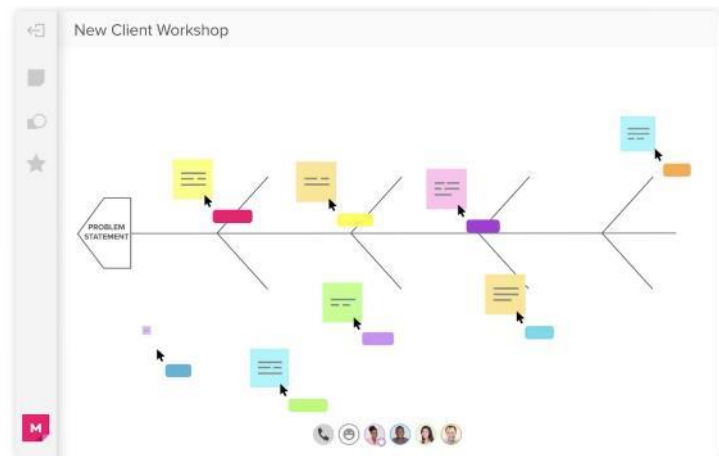
Vægmaleri er en online samarbejdende platform at tilbud værktøjer til Hjælp plan projekter, design ogvurdere løsninger, brainstorm ideer med din hold, og afspejle på det behandle. Det platform har -en digital klæbrig noter funktion hvilken kan

være Brugt blandt alle hold medlemmer til jot deres ideer og afspejle på det stof. En anden innovative funktion muliggør medlemmer til skab -en ny bestyrelse og tilføje -en ramme til det, hvor det hold medlemmer kan hurtigt Start arbejder på det ny bestyrelse i samarbejde. Hver panel at har været oprettet er gemt automatisk, og

medlemmer kan få adgang til dem alle separat

Platformen har færdige skabeloner

detkan lave forskellige aktiviteter, der bidrager til teambuilding, problemløsning, forståelse af projektdesign og brainstorming med dit team. De nyttige kits, der tilbydes til at designe dine aktiviteter, er som følger: flowcharts, rejser, tankekort, diagrammer, empatikort, gitter, matrix, interessenkort og personlige profiler, som gør det muligt for brugerne at visualisere oplevelsen. Dermed bliver det nemmere at planlægge og styre agile arbejdsgange.



Billede 36. Vægmaleri værksted (vægmaleri, 2022).

# national Handicap Tilgængelighed Værktøjskasse

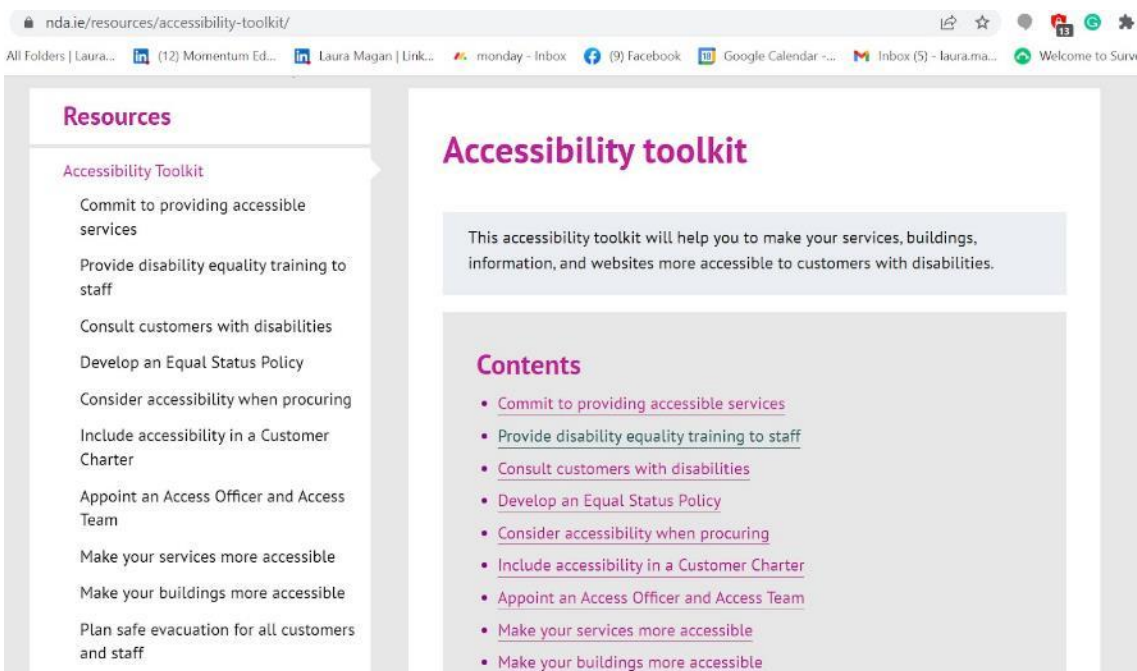


Billede 37. Logo (National Handicap Myndighed, 2022).

Type af værktøj: Tilgængelighed til  
Mennesker med Handicap

Nyttig til: Fremstilling Hjemmesider Tilgængelig,  
Uddannelse Personale, Kunde Service, At  
lave bygninger og Tjenester Mere Tilgængelig etc.

Internet side: <https://nda.ie/resources/accessibility-toolkit/>



Billede 38. Visning af værktøjskasseindhold (National Disability Authority, 2022).

National Disability Accessibility Toolkit (NDA) er en ressource skabt af Irish National Disability Authority til at tilbyde en gratis online ressource, der hjælper virksomheder med at forbedre deres inklusivitet ved at levere bedre tjenester til mennesker med særlige behov. Værktøjssættet indeholder et bibliotek, et eLearning-modul og audiovisuelle ressourcer. Sættet tilbyder vejledning om mobilisering af ressourcer og mennesker til at skabe mere inkluderende virksomheder. Den indeholder rådgivning om kundeservice, kommunikation, hjemmesidedesign, personaleuddannelse, opbygning af infrastruktur og meget mere.

## Puffe Markedsføring



Billede 39 taget fra: [Puffe Marketing: 5 Ideer til Guide Browsers ind i Købere | Veeqo \(2019\)](#)

**Type af værktøj:** Markedsføring og Adfærdsmæssigt Lave om

**Nyttigt til:** Nudging folks opførsel hen imod øko-venlige social praksis

**Internet side:** N/A

Nudge marketing er en ny disciplin, der fokuserer på forbrugerneopførsel. Denne disciplin har til formål at tilskynde et individ til at handle på en bestemt måde uden nogensinde at forsøge at tvinge dem. For initiativtageren til denne tilgang er interessen at arbejde på forskellige håndtag i relation til en forbrugers beslutningsproces for at få dem til at ændre deresopførseltil en meget lav pris. Begrebet refererer også til studiet af en forbrugers beslutningsmekanismer, når de er forskelligeadfærdsmæssigevalg er tilgængelige for ham. Konceptet opstod efter megen forskning i menneskets natur og psykologi. Richard Thaler, professor iadfærdsmæssigeøkonomi ved University of Chicago, og Cass Sunstein, professor i jura ved Harvard University, var de første til at skrive om emnet i 2008 med bogen"Nudge: den bløde metode til at inspirere til den rigtige beslutning".



# OpenStreetMap

## Collaborative Project

Billede 40. Logo (OpenStreetMap, 2004).

Type værktøj: Digital

Nyttigt til: Dagligt kontorarbejde og kollaborativ kortlægning

Internet side: <https://www.openstreetmap.org/>

OpenStreetMap er en OpenDataProject: verdensomspændende, gratis, printbar, downloadbar... Mange fordele! Og der er ikke flere fejl end i Google kort (fænomenet "korthærværk" er meget marginalt). OpenStreetMap er meget mindre kendt end sin konkurrent Google (Maps), fordi det er et projekt, ikke et brand.

Det er normalt, at offentligheden ikke kender til det. Ikke desto mindre, hvis man ser godt efter, bruges det af store operatører inden for web og print. Tanken er ikke at lave om Google kort (en verdensomspændende standardmodel), men at skabe et kort specifikt for hvert område ved at forbedre dets aktiver. Gennem OpenStreetMap kan brugere tilføje historiske referencer, viden og specifikke detaljer om steder på kortene. Derudover kan de bruge forskellige funktioner såsom 3D og street view.



Billede 41. Udsigt af transport ruter i Malta ved brug af OpenStreetMap (2022).



# ReadSpeaker

*pioneering voice technology*

Billede 42. Logo (Læs højtaler,2017).

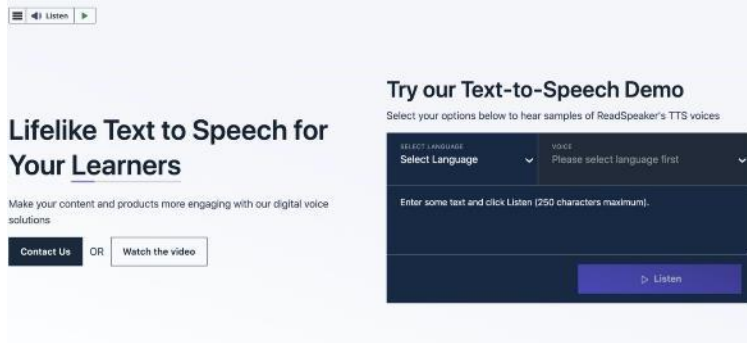
Type værktøj: Naturtro tekst til tale til kunder

Nyttigt til: Øget tilgængelighed til SMV-tjenester

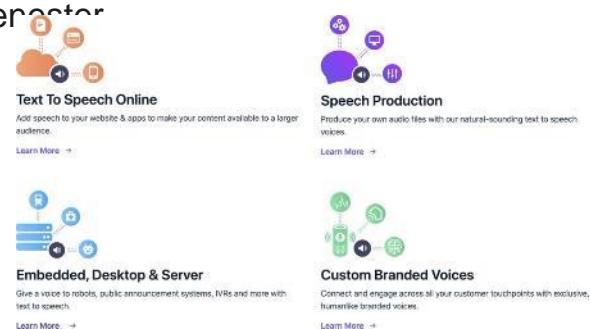
Internet side: <https://www.readspeaker.com/>

Tekst til tale gør det muligt for brands, virksomheder og organisationer at levere en forbedret slutbrugeroplevelse, mens man minimerer omkostninger. Softwaren giver mulighed for at skabe tilgængelighedsmuligheder på websteder og mobilapps. Virksomheder, der bruger Læs højtaler kan bedre reagere på deres kunders behov ved at aktivere tekst-til-tale-funktionaliteter på deres websteder eller apps. Dette kan give større fleksibilitet til, hvordan

brugere interagerer med virksomheders produkter og -tjenester

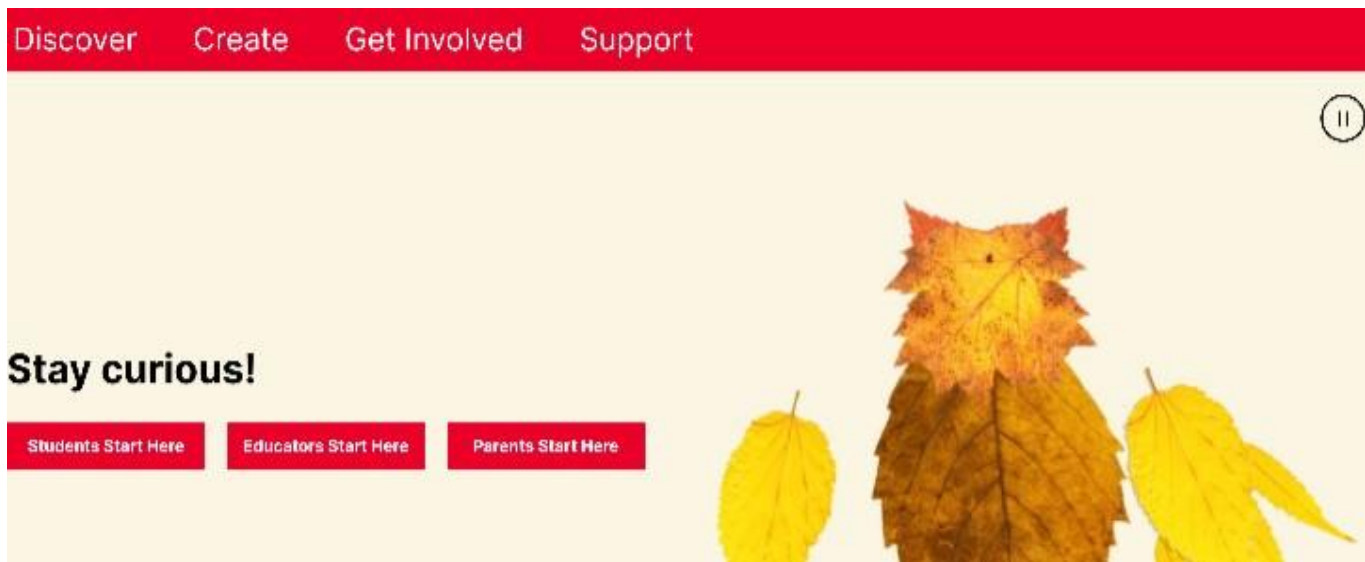


Billede 43. Udsigt til Læs højtaler internet side (Læs højtaler, 2017)



Billede 44. Funktioner af det værktøj (Læs højtaler,2017)

# TED udg



Type værktøj: Pædagogisk

Nyttigt til: Fremme af selvuddannelse

Internet side: <https://ed.ted.com/>

Billede 45. Foran Side (TED-Ed, 2022).

TED Ed er TED's uddannelsesgren, og den er fokuseret på at give uddannelsesadgang til unge. Det bygger på TED's filosofi om innovative ideers evne til at transformere menneskers liv. TED Ed giver brugerne mulighed for at modtage eller oprette lektioner. Gennem platformen kan eleverne lytte til TED Talks eller TED Ed lektioner, se undervisningsvideoer og generere spørgsmål og diskussioner om materialet. Undervisere kan oprette lektioner baseret på videoer, og brugere kan distribuere lektioner offentligt eller privat.

Da TED Ed er et offentligt program, kræver det en aktiv internetforbindelse. Brugere behøver ikke at logge ind for at se TED-Ed-lektioner, men det er påkrævet for at gemme svar, deltage i diskussioner eller oprette nye lektioner omkring en YouTube-video.



Billede 46. Ted Ed Bæredygtighed relaterede videoer (TED-Ed, 2022)



Billede 47. Logo (Trello, 2022).

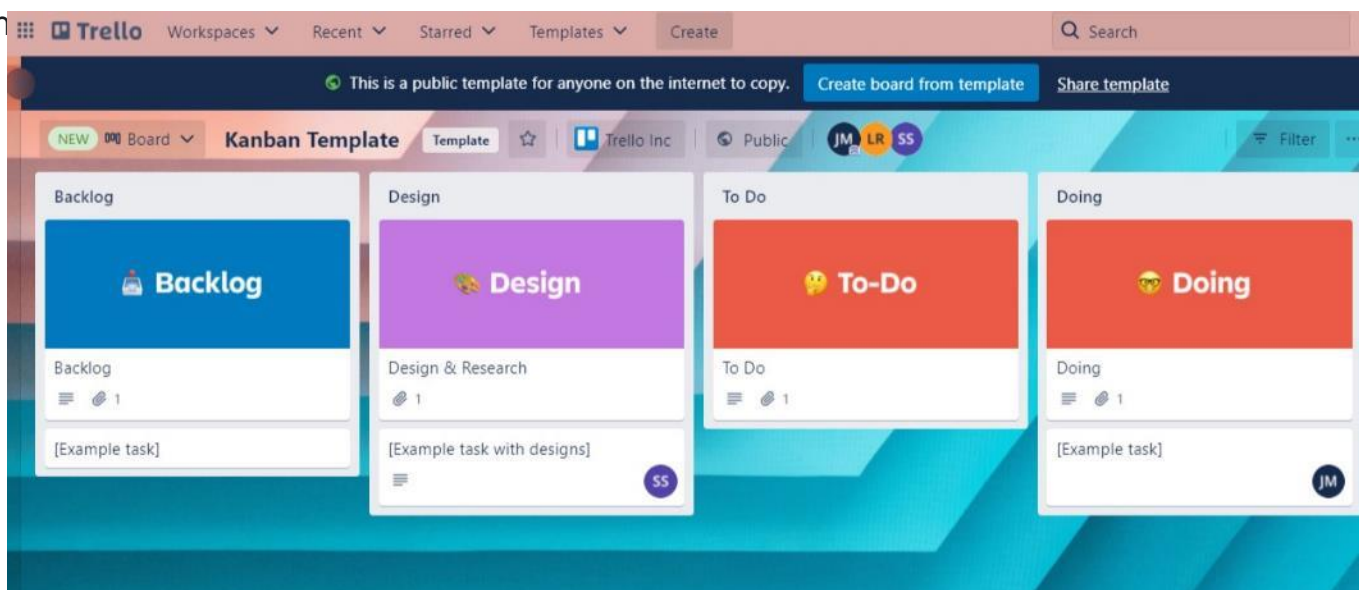
Type af værktøj: Planlægningssoftware

Nyttigt til: Planlægning, Markedsføring

Strategi

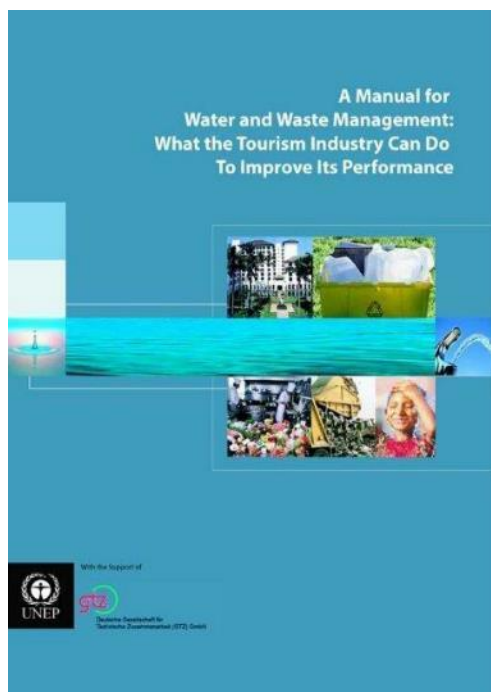
Internet side: <https://trello.com/>

Trello er en gratis planlægningssoftware, der bruger online boards, så virksomheder kan kortlægge alle stadier af deres indholdsmarkedsføring. De kan lancere markedsstrategier og dele opgaver med andre. Brugere kan trække og slippe kort på tavler, som online post-it-sedler, tilorganisere planlægger og gennemarbejder tjeklister. I tillæg til ledelse og planlægning, kan Trello hjælpe SMV'er med idéer og samarbejde ved hjælp af online boards. En tavle er en samling information, der giver et visuelt overblik over opgaver, som ofte er til store projekter, teams eller arbejdsgange. Uanset om en virksomhed lancerer en ny hjemmeside, sporer salg eller planlægger at lave marketingmateriale, giver Trello-tavler sine kunder mulighed for at organisere opgaver med lister og kort. Lister er indekserede samlinger af kort, som gør det muligt for brugere at spore fremskridt. Kort er enkeltopgaver, der skal udføres og kan indeholde store mængder information og vedhæftede filer. Brugere kan trække og slippe kort på tværs af lister for at vise fremskridt. Trello er fleksibel og hurtig nok til at styre enhver størrelse projekt fra start til slut og kan være en værdifuld ressource for bæredygtig turisme



Billede 48. Trello Skabelon (Trello, 2022).

# FN's miljøProgram: En manual for vand- og affaldshåndtering: Hvad turistindustrien kan gøre for at forbedre sin ydeevne



Billede 49. Foran Side af brugervejledning (Forenet Nationers miljø Program, 2003).

Denne manual er beregnet til at hjælpe turismeaktiviteter i minimeredes indvirkning på økosystemerne ved at give retningslinjer og positive eksempler. Andre manualer henvender sig til større turistvirksomheder, som allerede har implementeret miljøledelsessystemer. Denne manual fokuserer dog på SMV'er i udviklingslande, små ø-udviklingsstater og udvikling af turistdestinationer.

Type af Værktøj: brugervejledning

Nyttig til: Informere

virksomheder om vand og affaldshåndtering

Internet side: <https://wedocs.unep.org/>

Dokumentet henvender sig eksplicit til små og mellemstore turistvirksomheder, da de udgør størstedelen af turistvirksomheder på globalt plan. Mange af dem er ikke bæredygtige på grund af flere årsager lige fra mangel på øgede omkostninger eller bevidsthed om utilstrækkelige teknologiske medier. Incitament til overgang til bæredygtighedsmodeller for turisme er knappe i udviklingslandene. Eksisterende regler tilskynder turismeoperatører kun lidt til at minimere deres økologiske påvirkning. I lande, hvor affaldsbehandlingsfaciliteterne er begrænsede, og adgangen til ferskvand ikke er almindelig tilgængelig, tilføjer turismetjenester ofte miljøet ekstra stress.





REPORT

## A manual for water and waste management: what the tourism industry can do to improve its performance



This manual provides guidelines and examples of how tourism operations can achieve positive results and minimize harm to a community's ecological and physical systems. Specific case studies highlight larger hotel chains, which have already implemented environmental management systems but the main focus is on SMEs in developing countries, Small Island Developing States and developing tourism destinations.

Download

**A manual for water and waste management: what the tourism industry can do to improve its performance**

Billede 50. Beskrivelse af manualen (United Nations Environment Programme, 2003).

Men i betragtning af turismens centrale placering i udviklingslandenes økonomier, er en levedygtig mulighed for at forhandle mellem økonomiske og økologiske behov ved at etablere bæredygtige turismeaktiviteter. Når alt kommer til alt, er sunde økosystemer med masser af naturlige attraktioner et af turismens vigtigste aktiver. FN-manualen for vand- og affaldshåndtering har til formål at tilbyde vejledning til at hjælpe små og mellemstore turistvirksomheder med at implementere bæredygtige vand- og affaldshåndteringssystemer. Den er således rettet specifikt til folk, der allerede arbejder i turistsektoren og driver turismefaciliteter. Oplysningerne er nemme at bruge med masser af praktiske anbefalinger. Selvom dokumentet ikke er beregnet til at erstatte ekspertrådgivning, det giver tilstrækkelig information til ledere og medarbejdere til at sikre, at deres virksomhed overholder miljøstandarder. Yderligere kilder til forskning og data er tilgængelige i hele vejledningen. Dens primære fokus er på håndtering af fast og vandaffald, og forslagene er gennemførlige at udføre af ledelsesteams eller medarbejdere. Nogle kræver dog strukturelle ændringer eller investeringer af større økonomiske ressourcer. Forbedring af en turismetjenesteudbyders miljøpræstationer bør ses som en langsigtet proces. kræve strukturelle ændringer eller investering af større økonomiske ressourcer. Forbedring af en turismetjenesteudbyders miljøpræstationer bør ses som en langsigtet proces. kræve strukturelle ændringer eller investering af større økonomiske ressourcer. Forbedring af en turismetjenesteudbyders miljøpræstationer bør ses som en langsigtet proces. kræve strukturelle ændringer eller investering af større økonomiske ressourcer.



# WORDPRESS

Billede 51. Logo (WordPress, 2022).

Type værktøj: Webdesign og Content Management

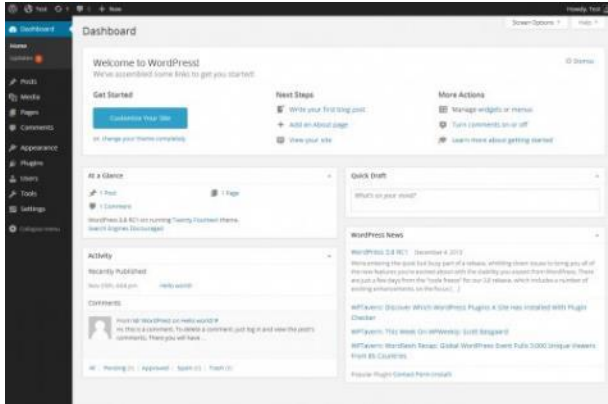
Nyttigt til: Meddelelse, Formidling, indholdLedelse

Internet side: <https://wordpress.com/>

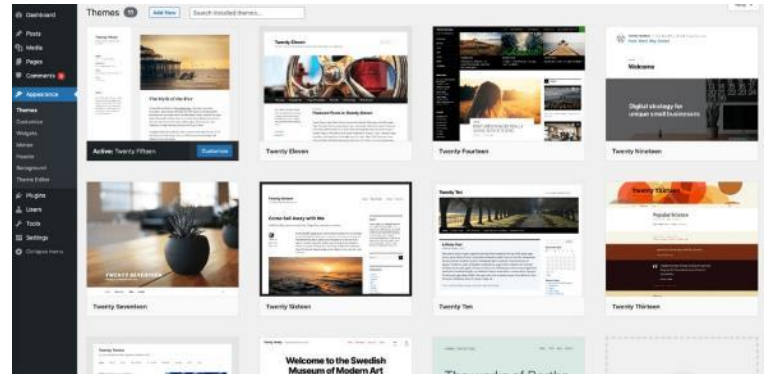
WordPress er et indholdsstyringssystem (CMS), der gør det muligt for brugere at oprette og administrere deres hjemmeside. Det er i øjeblikket det førende CMS i verden - brugt af omkring en tredjedel af websteder over hele kloden. Forudsat individer har en bedre end en grundlæggende forståelse af teknisk terminologi, de kan designe deres hjemmeside og osede utallige skabeloner og plugins til rådighed for at skræddersy og skabe deres tilstedeværelse på nettet. WordPress vil typisk være en installationsmulighed, når folk registrerer en webadresse hos et hostingfirma. De får en chance for at installere WordPress på det nye websted. Brugere kan få adgang til WordPress online via deres webadresse ved at logge ind med deres unikke admin-brugernavn og adgangskode. WordPress-dashbordet giver utallige muligheder for at skræddersy og tilpasse hvert webstedsområde med mange professionelt udseende skabeloner til rådighed. Disse kan være mængdaleren med træk og slip-funktionalitet eller ved at bruge den brugervenlige WordPress-editor. Brugere med mere teknisk ekspertise og evnen til at kode kan også gøre dette. Søgmaskineoptimeringer noget at overveje fra begyndelsen. WordPress gør det nemt at tilføje SEO ved at have indbyggede værktøjer, der indikerer, hvor SEO-venligt et givet indhold er, og en række kraftfulde SEO-værktøjs-plugins.



Billede 52. WordPress Plugins (WordPress, 2022)



Billede 53. Dashboard skærmen (WordPress, 2022).  
(WordPress, 2022)



Billede 54. Temaer Administration Skærm - Installeret Temaer

# Aktiviteter





## Opretter Opmærksomhed på Bæredygtigt Turisme



Bæredygtige turismeinitiativer kan være væsentlige katalysatorer for forandring, der bidrager til at opbygge social og økologisk velvære. Mens turisme generelt giver mange muligheder for iværksættere og virksomheder, kan det udgøre en alvorlig belastning for sociale og miljømæssige systemer. I sidste ende er ubæredygtig turisme selvdestruktiv, da den skader selve den ting, den afhænger af. Bæredygtig turisme tilbyder således en dør til at engagere sig i iværksætterprojekter, der kan bidrage til bæredygtig udvikling og kan generere positive resultater. At øge bevidstheden om det kritiske behov for bæredygtig turisme kræver at gøre opmærksom på turismens skadelige indvirkning på miljøet. Men det indebærer også at opbygge følelser af empowerment hos rejsende og turismeoperatører, der fører til ændrede holdninger,

Denne værktøjskassesektion giver ideer til aktiviteter, der kan hjælpe undervisere med at lære deres deltagere færdigheder til at føre kampagner og øge bevidstheden om behovet for bæredygtig turisme. Alt sammen mens du bruger det sæt værktøjer, der findes i denne håndbog. Målet bag disse aktiviteter er at hjælpe facilitatorer med at ruste deres deltagere til at blive fremtidige game-changers, der innoverer og arbejder hen imod en vision om bæredygtig, deltagende og inkluderende turisme. Aktiviteterne er således designet til at fremme en iværksættertankegang baseret på kompetencer til innovation, bæredygtig og etisk tænkning, materielle og menneskelige ressourcermobilisering, planlægning, ledelse og teamarbejde.

# Hæve Bevidsthed gennem digital historiefortælling

Brug [Canva](#), [AdobeExpress](#), [Drupal](#) eller [WordPress](#) til skab -en digital historie at hæve opmærksomhed på det brug for til bæredygtige initiativer i det turisme industri.

## Læring Mål

1. Hæve opmærksomhed blandt deltagere om det betydning af bæredygtighed inden for det turisme industri
2. Tilskynde deltagere til antage ledelse roller i inspirerende andre til få involveret i bæredygtighed initiativer
3. Lære til effektivt kommunikere det grunde til skiftende forretning praksis til være mere bæredygtige.

## EntreComp Rammekompetencer

- ❖ Spotting muligheder
- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Mobilisering af andre

## Aktivitet Forberedelse

**Tid:** 30min

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

## Materiale Forberedelse

- [EN Turisme SMV guide: Hvordan til gennemførebæredygtige tilgange](#)
- [Canva](#), [Adobe Express](#) eller [WordPress](#)

## Instruktioner

- Bed deltagerne om at forberede sig på forhånd ved at læse side 14-35 i Turisme SMV-guiden: Sådan implementeres bæredygtige tilgange
- Instruer deltagerne i at skabe en digital historie for at øge bevidstheden om behovet for bæredygtige initiativer i turistindustrien. De kan vælge mellem forskellige fortælleplatforme
- De kan bruge EYR's Tourism SME guide til at lære og få inspiration til deres projekter. Drøft med deltagerne om mulighederne ved bæredygtig turisme

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten deltagerne vil være bedre i stand til at:

- ❖ Identificer behov og udfordringer, der skal imødekommes af SMVs
- ❖ Reflektere over, hvor bæredygtige langsigtede sociale, kulturelle og økonomiske måler, og den valgte handling
- ❖ Inspirer og begejstre relevante interessenter
- ❖ Demonstrere effektiv kommunikation, overtalelse, forhandling og lederskab

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i *EntreComprammer*. Disse tabeller er erledigher.

# Skibbrud: LæringENkampPlanetarisk Grænser

Under denne aktivitet vil deltagerne forestille sig, at de rejser med fly på ferie, men en ulykke under flyvningen tvinger piloten til at lande flyet på havet. Nu er de på en båd med 12 genstande, der gør det for tungt at nå en ø, de kan se i det fjerne. Derfor skal de angive fra 1 (mindre vigtigt) til 12 (det vigtigste) for at lette bådens vægt. Deltagerne vil lære om planetariske grænser og tegne analogier mellem aktiviteten og konceptet for at reflektere over vigtigheden af bæredygtighedsinitiativer.

## Læringsmål

1. Lær at prioritere, planlægge og argumentere overbevisende om en tankegang
2. Forstå begrebet planetariske grænser og betydningen af bæredygtighedsinitiativer til holde inden for et sikkert operationsområde af planetariske grænser
3. Lær at kommunikere effektivt om årsagerne til at ændre forretningspraksis for at være mere bæredygtig

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Planlægning og ledelse
- ❖ Arbejde med andre
- ❖ Mobilisering Andre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

1 time

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

### Materiale Forberedelse

- <https://www.stockholmresilience.org/research/plenary-boundaries.html>
- [En turisme SMV-guide: Sådan implementeres bæredygtige tilgange.](#)
- Netflix-dokumentar - Breaking Boundaries: The Science of our Planet
- [LucidChart, Miro eller Vægmaleri](#)



## Instruktioner

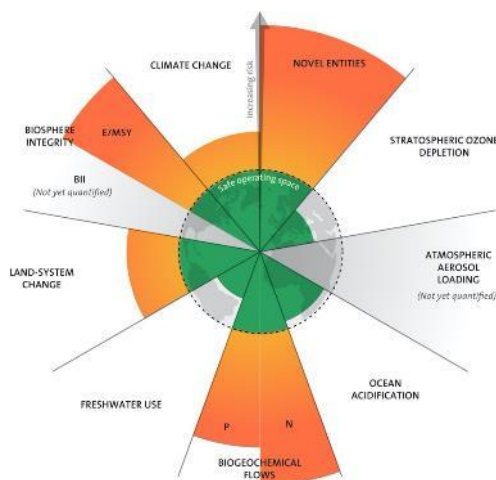
### Før undervisningen

- Forbered en liste med 12 genstande, som de skal give til deltagerne, og identificer de vigtigste forskningspunkter planetariske grænser
- Instruer deltagerne til at se dokumentaren med titlen "Breaking Boundaries: The Science of our Planet", der er tilgængelig på Netflix

### Under klasse

- Præsenter kort for deltagerne begrebet planetariske grænser og centrale ideer til forskning om planetariske grænser
- Introducer aktivitet til deltagerne
- Præsenter de 12 genstande i båden og instruer deltagerne i at klassificere dem efter prioriteter og mål. De får tre mål: OVERLEVE, BLIVE REDET eller KOMME til øen. Det skal deltagerne også prioritere blandt målene.
- Individuelthver deltager vil klassificere objekter efter deres prioriteter
- I teams, og ved at bruge et værktøj til at repræsentere planer visuelt, f.eks som LucidChart, Miro eller Vægmaleri, skal deltagerne KUN vælge én liste over prioriteter. De kan bruge apps til idé- og brainstorming samt strategilægning og planlægning.
- Når aktiviteten er færdig, fortæl deltagerne, at afhængigt af de opstillede mål var de vigtige objekter:
  - Vand og stang for at have mad
  - Lighter og kul til at lave ild
  - Faldskærm og spejl for at give signaler om at blive reddet

Drøfte med deltagere nogen analogier de kan tegne mellem det aktivitet og det koncept af planetarisk grænser. Hvordan er vi overskrider planetarisk grænser? Hvad prioriteringer gør vi brug for til etablere? Hvad rolle kan bæredygtige turisme initiativer spille i vores planetens modstandsdygtighed?



Billede 55. Planetary Boundaries Framework (J.Lokrantz/Azote baseret på Steffen et al. 2015)

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten deltagerne vil være bedre i stand til at:

- ❖ Definer prioriteter og handlingsplaner
- ❖ Arbejd sammen og samarbejde med andre
- ❖ Løs konflikter og møde konkurrencen positivt, når det er nødvendigt
- ❖ Inspirer og begejstre relevante interessenter
- ❖ Demonstrere effektiv kommunikation, overtalelse, forhandling og ledelse

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i Entreprammer. Disse borde er tilgængelige her.

# Opmærksomhed Nyhedsbrev

Brug [Canva](#) og [MailChimp](#) til skab -en salgsfremmende nyhedsbrev til hæve opmærksomhed på det brug for tilyderligere inklusivitet i det turisme industri.

## Læring Mål

1. Hæve opmærksomhed blandt deltagere om det betydning af inklusivitet inden for det Turistindustrien
2. Tilskynde deltagere til antage ledelse roller i inspirerende andre til få involveret ibæredygtighed initiativer
3. Lære for effektivt at kommunikere årsagerne til at ændre forretningspraksis for at være mere bæredygtig.

## EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Mobilisering Andre

## Aktivitet Forberedelse Tid:

5 min

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

## Materiale Forberedelse

- Canva, Adobe Express eller MailChimp
- [Turisme SMV Guide: Hvordan til Implementere Tilgængelig og Inklusive Design Tilgange](#)

## Instruktioner

- Bed deltagerne om at vælge et casestudie fra Tourism SME-guiden: "Hvordan man implementerer tilgængelige og inkluderende designtilgange"
- Instruer deltagerne til at:
  - Opret en reklameplakat ved hjælp af Canva eller Adobe Express for at skabe opmærksomhed om virksomhedens arbejde fremhævet i det valgte casestudie.
  - Skriv et salg fremmende nyhedsbrev ved at bruge plakaten til at øge bevidstheden om behovet for inklusivitet i turismen.
  - Nyhedsbrevet skal opmuntre andre til at deltage i missionen om at øge inklusiviteten i turistsektoren.
  - Deltagerne kan bruge MailChimp til at udarbejde nyhedsbrevet, tilføje en mulighed for læsere til at abonnere på nyhedsbrevet med titlen: "Good Practices til gode inkluderende og tilgængelig turisme"

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten deltagerens vilje være bedre i stand til at:

- ❖ Reflektere over, hvor bæredygtige langsigtede sociale, kulturelle og økonomiske mål er, og den valgte handling
- ❖ Inspirer og begejstre relevante interessenter
- ❖ Demonstrere effektiv kommunikation, overtalelse, forhandling og lederskab

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er taget fra de beskrivende tabeller i *EntreCom* rammer. Disse borde er tilgængelige [her](#).



# Implementering af en bæredygtig, tilgængelig og Inklusiv turismevirksomhed



En overgang til bæredygtige modeller for turisme er af yderste vigtighed. Vejene til miljømæssig ansvarlig praksis i industrien er mange. Disse spor kan føre til initiativer i landdistrikter, samfund, bløde eller økoturisme. De kan inkorporere innovationer i brug og bortskaffelse af vand og affald eller transformationer til vedvarende energi. Dørene er åbne for fantasi og handling.

Forskning på destinationer forsøger til bevæge sig hen imod bæredygtige mål højdepunkter multi- interessent deltagelse og samarbejde som -en kritisk komponent i lykkes i implementerer -en bæredygtighed plan (Waligo et al.2013; Graci 2012; Roxas et al. 2020). Med dette i sind, det aktiviteter i dette afsnit fostre samarbejde og samarbejde som kompetencer til udvikle blandt deltagere. Ligeledes, nogle af det øvelser fokus på inklusive turisme til fremme uddannelse ung iværksættere til tage fordel af det stort muligheder bragt ved det stigende efterspørgseltil bæredygtige og tilgængelig turisme Produkter.

Fra lære at styre spild til skabeværdi fra kulturel og naturlig arv, facilitatorer kansamle ideer på hvordan til fremme godt iværksætter praksis. De kan tilskynde deltageretil vurdere udfordringer, innovere, forestille sig, design og tage handling.

# EU-miljømærke

Brug Miro, Vægmaleri eller LucidChart til samarbejde og brainstorm på -en bæredygtige produkt. Bestemme kriterier til få det produkt øko-mærket.

## Læring Mål

1. Til support det implementering af europæisk bæredygtige produkt politikker
2. Til lære hvordan Produkter modtage miljømærke certificering

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Arbejde med andre
- ❖ MobiliseringAndre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

10min

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

### Materiale Forberedelse

- LucidChart, Miro eller Vægmaleri
- Det miljømæssige etiket du kan tillid: EU-Miljømærke

## Instruktioner

### Før undervisningen

Aktivitetslederen beder deltagerne læse om produktgrupperne og kriterier til miljømærkning på [Hjem | Product Bureau \(europa.eu\)](#) før aktiviteten.

### Under klasse

- Aktivitetsleder beder deltagerne om at samarbejde og brainstorme for at komme med en bæredygtig produktidé
- Aktivitetsleder instruerer deltagerne i at præsentere deres produkt ved hjælp af et af de online samarbejdsværktøjer, såsom Miro og Mural.
- Aktivitetsleder instruerer deltagerne i at bestemme kriterierne for deres produkt for at blive miljømærket.

### Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Hjælp med at implementere Europæiske bæredygtige produkt politikker
- ❖ Handle ansvarligt
- ❖ Vurder konsekvenserne af ideer, der bringer værdi og effekten af iværksætterhandlinger på målgruppen, markedet, samfundet og miljøet

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i [EntreCom](#) rammer. Disse tabeller er ledige [her](#).

# At lave en tilgængelig hjemmeside

Brug Read Speaker, European Network of Accessibility og National Disability Accessibility toolkit til at gøre deltagerens hjemmeside tilgængelig for enhver med særlige behov.

\*Bemærk, at for denne aktivitet skal deltagerne have deres egne hjemmesider og arbejde på dem for at gøre dem mere tilgængelige.

## Læringsmål

1. Bliv fortrolig med en række værktøjer til at forbedre tilgængeligheden i turisme SMV'er
2. Lær at lave en tilgængelig hjemmeside

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Lær ved at gøre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

10min

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

### Materiale Forberedelse

- <https://nda.ie/resources/accessibility-værktøjskasse/make-dine-hjemmesider-mere-tilgængelig/>
- <https://www.europeanyouthroots.eu/download/io2-implementere-en-tilgængelig-og-inklusive-turisme-forretning/https://www.accessibletourism.org/>
- [Læs Højtaler](#)
- [Web Indhold Tilgængelighed Retningslinier \(WCAG\)](#)



## Instruktioner

### Før undervisningen

- Instruere deltagere til Læs det NDA og ENAT værktøjssætlangs med med det Web IndholdTilgængelighed Retningslinier (WCAG)

### Under klasse

- Forklare det læring mål
- Instruere det deltagere til lave deres websteder mere tilgængelig ved fremstilling det nemmere for brugerne til Læs indhold og høre skrevet tekst
  - Deltagerne kan brugeLæs højtalerat tilføje en tekst-til-tale funktionalitet til hjemmesiderne
  - Skift farve, størrelse på tekst for at gøre indholdet lettere at læse
  - Indsæt billeder og lydkontroller på deres websteder

### Validering værktøj

Ved det ende af det aktivitet det deltagere viljevære bedre i stand til:

- ❖ Demonstrere etiske opførsel ved skuespil på det værdi af inklusivitet
- ❖ Handling ansvarligt
- ❖ Vurdere det konsekvenser afideer at tage med værdi og det effekt af iværksætterihandling på det mål fællesskab, det marked, samfund og det miljø
- ❖ Lære om fremstilling din forretning mere tilgængelig gennem en praktisk tilgang

Vær venlig Bemærk at det overkompetencer er taget fra det beskrivende borde i detEntreComp rammer. Disse borde er ledig [her](#).

# Læring til Håndter affald

Under denne aktivitet vil deltagerne lære om affaldshåndtering ved at konsultere FN's miljøprogramhåndbog om vand- og affaldshåndtering. Deltagerne vil blive opdelt i grupper, og hver gruppe vil blive tildelt en lille turistindustri i en af disse sektorer:

- Indkvartering
- Mad og drikkevarer
- Åbne rum og grunde
- Administrative og kontorfunktioner

Brug af projektledelsesværktøjer som Klik op eller Trello-deltagere vil designe et affaldshåndteringssystem til en lille turistindustri. Deltagerne skal arbejde synkront og asynkront. Aktivitetslederen vil tildele opgaver til hvert gruppe-medlem om: Vurdering af affald genereret af turismeanlægget Forskning og etablering af protokoller for affaldminimering Grøn indkøbspolitik design Protokoller for genbrug og genanvendelse af affald Efter endt aktivitet vil deltagerne blive opfordret til at tilmelde sig en edX-klasse om håndtering af fast affald.

\*Bemærk at facilitatorer kan udføre en lignende aktivitet for emnet vandforvaltning\*

## Læringsmål

1. Forstå de grundlæggende principper for affaldshåndtering
2. Vurder det affald, der genereres af forskellige turistfaciliteter
3. Innovér ved at lære at designe protokoller til affaldminimering, design af grøn indkøbspolitik og genbrug og genbrug af affald
4. Arbejd i teams for at tackle affaldshåndteringsproblemer

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Planlægning og Ledelse
- ❖ Arbejder med Andre
- ❖ Mobilisering Andre

## Aktivitet Forberedelse Tjegg mig:

10 min

### Aktivitetens varighed:

Fleksibel

## Materialer og Forberedelse

- [EN TurismeSMV guide: Hvordan til gennemføre bæredygtige tilgange.](#)
- [Forenet Nationer Miljø Program brugervejledning på Vand og Spild Ledelse](#)
- <https://www.edx.org/learn/environmental-science>
- <https://www.edx.org/course/solid-spild-ledelse>
- [Klik op eller Trello](#)

## Instruktioner

### Før undervisningen

Spørg deltagere til forberede på forhånd ved læsning det FN brugervejledning til Vand og Spild

Ledelse sider 3-18.

### Under klasse

- Dele deltagere ind i grupper og forklare det aktivitet
- Log i til Trello eller Klik op til følge efter hver gruppens fremskridt og samarbejde
- Spørg grupper til fremstille -en kort rapport på deres erfaringer, detaljering det vurdering af spild faciliteter, det protokoller etableret til spild minimering og politikker til grønne indkøb.
- Drøfte det resultater af det aktivitet med det klasse

## Validering værktøj

Ved det ende af det aktivitet det deltagere viljevære bedre i stand til:

- ❖ Udvikle ideer og muligheder tilskabe værdier under bedre løsninger til eksisterende og nye udfordringer
- ❖ Udforsk og eksperiment med innovative tilgange Kombiner viden og ressourcer til opnå værdifulde effekter
- ❖ Afspejle på hvordan bæredygtige langsigtede social, kulturel og økonomisk mål er, og kurset af handling valgt
- ❖ Definere prioriteringer og handling planer
- ❖ Arbejdesammen og samarbejde med andre til udvikle ideer og drejede ind i handling

Vær venlig Bemærk at det over kompetencer er taget fra det beskrivende borde i det EntreComp rammer. Disse borde er ledig [her](#).

# Vejkort til tilgængelige turistdestinationer

Brug det europæiske netværk for tilgængelighed og det nationale handicaptilgængelighedsværktøj, for at designe en køreplan til fleretilgængeligt turistmål.

## Læringsmål

1. Bliv fortrolig med en række værktøjer til at forbedre tilgængeligheden i turisme SMV'er
2. Forstå behovet for at forbedre tilgængeligheden på turistdestinationer og samtidig fremme mangfoldighed og bæredygtighed

### EntreComp Rammekompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Kreativitet
- ❖ Arbejde med andre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

10min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale Forberedelse

- <https://nda.ie/resources/accessibility-værktøjskasse/make-dine-hjemmesider-mere-tilgængelig/>
- <https://www.europeanyouthroots.eu/download/io-2-implementere-en-tilgængelig-og-inklusive-turisme-forretning/>
- <https://www.accessibletourism.org/>
- [Læs Højtaler](#), [Canva](#) eller [Adobe Express](#)
- [Web Indhold Tilgængelighed Retningslinier \(WCAG\)](#)



## Instruktioner

### Før undervisningen

- Instruer deltagerne i at læse NDA- og ENAT-værktøjssættet sammen med the Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)

### Under klasse

- Del deltagerne i grupper, og bed hver gruppe om at vælge en turistdestination
- Tildel hver gruppe til en sektor fra listen nedenfor
  - Transport og tilhørende infrastruktur
  - Information og kommunikation, herunder informations- og kommunikationsteknologier (IKT)
  - Andre offentlige faciliteter og tjenester
- Bed deltagerne om at udføre opgaverne til aktiviteten ved hjælp af værktøjer som f.eks Canva eller Adobe Express
- Bed grupper om at tænke på brugerbehov og problemer inden for deres sektor. For eksempel bør grupper, der arbejder med transport- og relaterede infrastruktursektoren, overveje behovene og problemerne hos mennesker, der bruger et offentligt transportsystem.
- Instruer deltagerne i at gå videre med at brainstorme på ideer til at bringe tilgængelighed til hver sektor for at skabe en tilgængelig turistdestination. For eksempel bør grupper, der arbejder med IKT-sektoren, overveje at gøre deres turistdestination til websteder mere tilgængelige, ville gruppen skulle overveje måder at få dette til at ske.
- Bed endelig deltagerne om at designe en køreplan for at promovere deres valgte turistdestination, efter at have overvejet måder at gøre denne destination mere tilgængelig.

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Udvikle flere ideer og muligheder for at skabe værdi, herunder bedre løsninger på eksisterende og nye udfordringer
- ❖ Demonstrere etisk adfærd ved at handle ud fra værdien af inklusivitet
- ❖ Udforsk og eksperimenter med innovative tilgange
- ❖ Kombiner viden og ressourcer for at opnå værdifulde effekter

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse tabeller er ledigher.

# Kulturel og Naturlig Arv

Ved brug af Mægtige netværker eller Trello deltagerne vil arbejde på et projekt, der skal skabe iværksætterideer om kulturarv og naturbaseret turisme.

## Læringsmål

1. Forstå værdien af kultur- og naturarv
2. Forstå værdien af at bemyndige lokalsamfund til at deltage i kultur- og naturarvsbevaring og turismeprojekter
3. Udvikle en vision for at omsætte ideer til handling
4. Visualiser fremtidige scenarier for at hjælpe med at vejlede indsats og handling

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Kreativitet
- ❖ Vision

### Aktivitet Forberedelse Tid:

10 min

### Varighed af Aktivitet:

Fleksibilitet at forlænge

afhængigt af det nummer af det deltagere og ressourcerne

### Materiale Forberedelse

- <https://www.europeanyouthroots.eu/download/io2-implementering-bæredygtig-turisme-erhvervs-initiativer/>
- Mægtig Netværk, Trello

## Instruktioner

- Instruer deltagerne i at læse EYR's Manual on Implementing Sustainable Tourism Business Initiatives fra s. 37-60.
- Del deltagerne i grupper, og bed hver gruppe om at vælge en turistdestination
- Forklar deltagerne, at de vil arbejde sammen om at skabe et projekt om kultur- og naturarven for en given turistdestination. Aktiviteten udføres både synkront og asynkront online og ansigt til ansigt
- Deltagerne forbliver i kommunikation ved hjælp af værktøjer som Mighty Networks eller Trello for at arbejde asynkront og effektivt
- Instruer grupper til at identificere kultur- og naturarvsressourcer på deres valgte destination
  - ❑ Udvikle ideer til at bevare disse kulturarvssteder
  - ❑ Udvikle ideer til at implementere en bæredygtig turismevirksomhed for at fremme disse ressourcer
  - ❑ Udvikl en vision for, hvordan mindst én af de idéer, der brainstormes, kan omsættes til handling
  - ❑ Visualiser fremtidige scenarier for, hvordan en bæredygtig turistvirksomhed ville fungere i detvalgt destination

## Valideringsværktøj

Ved det endelige afslutning af aktiviteten skal deltagerne vilje være bedre i stand til:

- ❖ Udvikle en vision tilvende ideer ind i handling
- ❖ Udvikle forskellige idéer til værdiskabelse herunder bedre løsninger på eksisterende og nye udfordringer
- ❖ Udforsk og eksperiment med innovative tilgange
- ❖ Kombiner viden og ressourcer til opnå værdifulde effekter
- ❖ Visualiser fremtidsscenariet til Hjælpguideindsats og handling

Bemærk venligst de ovenstående kompetencer tages fra det beskrivende tabeller i [EntreComprammer](#). Disse tabeller er ledige her.

# Brug af diagrammer til at planlægge hen imod en bæredygtig forretningsmodel

Ved brug af Miro, Vægmaleri el LucidChart deltagere vilje lære til identificere bæredygtighedsbehov i en virksomhed og designe en bæredygtig forretningsmodel.

## Læringsmål

1. Tilskynd deltagerne til at innovere måder at gøre deres virksomheder mere bæredygtige på
2. Identificer nødvendige ressourcer tilovergangsvirksomheder til en bæredygtig model
3. Tilskynd deltagerne til at gennemtænke de nødvendige krav, udfordringer og muligheder for at transformere virksomheder i retning af bæredygtig drift

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Kreativitet
- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Spotting muligheder

### Aktivitet Forberedelse Tid:

10min

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

### Materiale Forberedelse

- Vægmaleri, Miro, eller Lucidchart.
- Kort video på bæredygtige turisme: (17) Bæredygtigturisme - Youtube  
<https://www.unwto.org/sustainable-development/resource-effektivitet-i-turisme>
- Baseline Rapport på Bæredygtigt Produktion og Forbrug i Turisme

## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forbered dig ved at læse UNWTO-rapporten vedr Ressourceeffektivitet i turisme og lav en lille præsentation baseret på rapporten
- Instruer deltagerne til at gøre sig bekendt med rapporten ved at se følgende video: Basisrapport om bæredygtig produktion og forbrug i turisme

### Under klasse

- Se den korte video om bæredygtig turisme
- Gennemfør en kort præsentation om UNWTO-rapporten om ressourceeffektivitet i turisme
- Hver gruppe får til opgave med en lille forretningsidé og får et sæt tilgængelige ressourcer at arbejde med (nogle af dem er bæredygtige, og nogle af dem er ikke)
- Deltagerne bliver instrueret i at identificere bæredygtighedsbehovene i deres virksomhed og de udfordringer, de vil stå over for for at skifte til en bæredygtig driftsmodel
- Når deltagerne er færdige med deres første opgave, kan de begynde at tegne ideer til at gøre deres virksomheder mere bæredygtige ved at bruge en platform som f.eks. Vægmaleri, Miro, eller Lucidchart.
- Deltagerne bør tage hensyn til ressourcebegrænsningerne og arbejde inden for begrænsningerne af tilgængelige ikke-vedvarende ressourcer på innovative måder.
- Brainstorm med deltagerne om ressourcer, de har identificeret for at tilpasse deres virksomheder til en bæredygtig model
- Aktivitetslederen beder deltagerne om at reflektere over de udfordringer, de stod over for, og de muligheder, de identificerede.

### Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til:

- ❖ Demonstrere etisk adfærd ved at handle ud fra værdien af inklusivitet
- ❖ Udvikle flere ideer og muligheder for at skabe værdi, herunder bedre løsninger på eksisterende og nye udfordringer
- ❖ Udforsk og eksperimenter med innovative tilgange
- ❖ Kombiner viden og ressourcer for at opnå værdifulde effekter Identificer behov og udfordringer, der skal imødekommes

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse tabeller er ledige her.



# Fremme og Markedsføring -en Ny TurismeProdukt



Forskning i forbrugernes præferencer peger på stigende efterspørgsel efter bæredygtige produkter, herunder turisme (Centre for Responsible Travel, 2021; Climate Action, 2021). I betragtning af faldet i turisme som følge af Covid-19-pandemien, er markedsføring afgørende for turistindustriens genopretning. Det er imidlertid afgørende at genoprette turismen på en bæredygtig måde ved at komme videre på miljømæssigt og socialt ansvarlige måder. Før pandemien, 'overturisme', eller turisme ud over en destinations bæredygtige socioøkologiske grænser, var et presserende spørgsmål på verdensplan. Alternativt, under pandemien, led flere destinationer over hele kloden økonomiske tab på grund af faldet i antallet af besøgende. Covid-19 har understreget, at turisme i høj grad kan gavne destinationer, hvis den trives inden for socioøkologiske grænser. At forvalte turisme på en måde, der inklusivt og retfærdigt gavner mennesker og økosystemer, er udfordringen ved bæredygtig og inklusiv turisme.

Denne værktøjskassesektion kan hjælpe undervisere med at lære deres deltagere de grundlæggende principper for markedsføring, hvordanøve sigetisk tænkning, når de træffer beslutninger og opmuntrer andre til at forbruge bæredygtigt. Nogle af de aktiviteter, der præsenteres her, er afhængige af værktøjer til sociale medier, da sidstnævnte kan være et nyttigt kampagne- og marketinginstrument, der når et bredt, men især yngre publikum (Vinzenzet al., 2019). Ved at lære at mobilisere andre i stræben efter bæredygtige rejser kan unge iværksættere finpudse deres lederevner og skridt fremad i en positiv forandring af turistindustrien.

# Nudge Marketing

Ved brug af Vægmaleri, Miro eller Lucidchart deltagerne vil lave en strategi for nudge marketing.

## Læringsmål

1. Introducer deltagerne til begrebet nudging
2. Forstå, hvordan du bruger nudge marketing til at fremme ansvarlig forbrugspraksis
3. Lær strategier til kommunikation, inspiration, overtalelse og forhandling

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Mobilisering af andre
- ❖ Motivation og vedholdenhed

### Aktivitet Forberedelse

**Tid:** 45min

**Varighed af Aktivitet:** 1 time

### Materiale Forberedelse

- Vægmaleri, Miro, Lucidchart, Canva eller Adobe Express

## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forbered dig ved at læse omdet "Operation Zero Butts" sag tiltage medsom en eksempel i klassen
- Forbered enpræsentationpådet principper afNudge Marketing

### Under klasse

- Meddele det deltagere på "Operation Zero Butts" som en eksempel på brug af nudgemarkedsføring tiltilskyndemiljømæssigt venligeopførsel.
- Indføre detgrundlæggendeprincipper afnudge marketing
- Aktivitet leder spørger deltagerne til komme op med bæredygtige markedsføringsideer, der ville blive fremmet ved at bruge nudge-marketingstrategi.
- Aktivitetslederen deler nogle af de værktøjer, som deltagerne kan bruge til at lave strategien. Deltagerne opfordres til at kortlægge det på en platform som Miro, Vægmaleri eller Lucidchart.
- Aktivitetsleder instruerer deltagerne i at lave prøver af nudges til deres bæredygtige produkt ved at bruge Adobe Express eller Canva.
- Aktivitetslederen beder deltagerne om at dele deres arbejde med de andre for at indsamle feedback.
- Aktivitetsleder beder deltagerne om at diskutere fordelens og ulemper af bruger nudge som en markedsføringstrategi, opmuntrededeltagere til afspejle om etik og moral i at bruge nudge marketing som strategi.

### Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Inspirer og begejstre relevante interessenter
- ❖ Få den nødvendige støtte til at opnå værdifulde resultater
- ❖ Demonstrere effektiv kommunikation, overtalelse, forhandling og lederskab

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse tabeller er ledigher.

# Markedsføring til -en lille turisme forretning igennem sociale medier

Brug af Canva eller Adobe Express vil deltagerne oprette en marketingannonce til sociale medier

## Læringsmål

1. Introducer deltagerne til grundlæggende markedsføringsprincipper
2. Lær at promovere en lille bæredygtig turismevirksomhed gennem sociale medier
3. Lær strategier til kommunikation, inspiration, overtalelse og forhandling

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ MobiliseringAndre
- ❖ Motivation og vedholdenhed

### Aktivitet Forberedelse Tid:

45min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale forberedelse

- Ark papir og blyant
- <https://mailchimp.com/en-gb/marketing-glossary/marketing-mix-7ps/>  
<https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/marketing-basics/seven-ps-marketing>
- <https://www.lifehack.org/articles/productivity/the-20-most-creative-instagram-accounts-that-will-inspire-you.html>
- [Miro](#), [Vægmaleri](#), [Lucidchart](#), [Adobe Express](#) eller [Canva](#)

## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forbered dig ved at læse følgende materiale og generere en præsentation for deltagerne: <https://mailchimp.com/en-gb/marketing-glossary/marketing-mix-7ps/>

### Under klasse

- Brug præsentationen, der er forberedt før undervisningen, giv et generelt overblik over grundlæggende markedsføringsprincipper for deltagerne og introducerer deltagerne til marketings 7P'er. Sørg for i din præsentation at inkludere forslag til, hvordan du implementerer dem i en marketingmix-strategi.
- Aktivitetslederen beder deltagerne om at brainstorme en marketingstrategi for en bæredygtig turismevirksomhed ved hjælp af sociale medier. For at skabe strategien opfordres deltagerne til at kortlægge den på en platform som [Miro](#), [Vægmaleri](#) eller [Lucidchart](#). Afhængigt af gruppen af deltagere kan de arbejde på deres eksisterende forretninger eller opfinde en lille bæredygtig turismevirksomhed. Deltagere er velkomne til at bygge videre på tidligere workshops og forhåndsviden til denne aktivitet.
- Instruer deltagerne i at oprette enten en Instagram-historie eller et Facebook-opslag ved hjælp af Adobe Express eller Canva for at annoncere for deres virksomheder.
- Bed deltagerne om at dele deres arbejde med deres klassekammerater for at indsamle feedback fra deres kammerater.
- Diskuter fordele og ulemper ved at bruge sociale medier som markedsføringsstrategi, og tilskynd deltagerne til at reflektere over, hvordan sociale medier påvirker.

### Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Inspirer og begejstre relevante interessenter
- ❖ Få den nødvendige støtte til at opnå værdifulde resultater
- ❖ Demonstrere effektiv kommunikation, overtalelse, forhandling og lederskab
- ❖ Vær fast besluttet på at omsætte ideer til handling og tilfredsstille dit behov for at opnå

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i [EntreComprammer](#). Disse borde er tilgængelige [her](#).



# Oprettelse af et nyhedsbrev for at fremme en bæredygtig turismevirksomhed

Deltagerne vil oprette et nyhedsbrev til distribution og udvikle en markedsføringsstrategi for sociale medier.

## Læringsmål

1. Introducer deltagerne til grundlæggende markedsføringsprincipper
2. Udvikle en sammenhængende strategi for at forbedre og diversificere fremme af bæredygtige og inkluderende turismetjenester
3. Forstå vigtigheden af markedsføringsstrategier for at fremme bæredygtig turisme

### EntreComp Rammekompetencer

- ❖ Mobilisering af andre
- ❖ Motivation og vedholdenhed

### Aktivitet Forberedelse Tid:

5 min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale Forberedelse

- <https://mailchimp.com/en-gb/marketing-glossary/marketing-blande-7ps/>
- [EYR Forfremmelse brugervejledning https://www.lifehack.org/articles/productivity/the-20-most-creative-instagram-accounts-that-will-inspire-you.html](https://www.lifehack.org/articles/productivity/the-20-most-creative-instagram-accounts-that-will-inspire-you.html)
- [Hootsuite](#), [MailChimp](#)

## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forbered dig ved at læse følgende materiale og generere en præsentation for deltagerne: <https://mailchimp.com/da-dk/marketing-glossary/marketing-mix-7ps/>
- Instruer deltagerne i at forberede sig ved at læse casestudier 1, 2 og 3 i EYR Promotion Manual

### Under klasse

- Brug præsentationen, der er forberedt før undervisningen, giv et generelt overblik over grundlæggende markedsføringsprincipper for deltagerne og introducerer deltagerne til marketings 7P'er. Sørg for i din præsentation at inkludere forslag til, hvordan du implementerer dem i en marketingmix-strategi.
- Inddel deltagerne i små grupper afhængigt af deres antal
- Instruer deltagerne i at vælge et casestudie at arbejde med. Deres opgave bliver at generere en marketingstrategi, der bruger Hootsuite til at administrere virksomhedens sociale medier og MailChimp til at generere et nyhedsbrev til at sende til abonnenter.

### Valideringsværktøj

Ved slutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedrei stand til:

- ❖ Inspirer og begejstre relevante interessenter
- ❖ Få den nødvendige støtte til at opnå værdifulde resultater
- ❖ Demonstrere effektiv kommunikation, overtalelse, forhandling og ledelse
- ❖ Vær fast besluttet på at omsætte ideer til handling og tilfredsstille dit behov for at opnå

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er taget fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse borde er tilgængelige her.

# Empati øvelse

Deltagerne vil have empati med kunder, der har særlig behov og overvej hvordan tilgængelig turisme bidrager til bæredygtighed.

## Læringsmål

1. Øv dig i at have empati med andre
2. Forstå værdien af empati i markedsføring
3. forskningsfærdigheder for at lære om kunder
4. Forstå vigtigheden af tilgængelig turisme for at nå bæredygtigheds mål

### EntreComp Rammekompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning

### Aktivitet Forberedelse Tid:

5 min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale Forberedelse

- [EYR Forfremmelse brugervejledning](#)
- national Handicap tilgængelighed Værktøjskasse
- [europæisk Netværk af Tilgængelig Turisme](#)
- [https://www.accessibletourism.org/resources/enter2012-helsingborg\\_enat\\_final\\_ia--2.pdf](https://www.accessibletourism.org/resources/enter2012-helsingborg_enat_final_ia--2.pdf)
- [https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat\\_projects\\_and\\_good\\_practices.1038](https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.1038)
- [Miro](#)

## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forbered dig ved at læse følgende materiale og bed deltagerne om at læse det før undervisningen: [https://www.accessibletourism.org/resources/enter2012-helsingborg\\_enat\\_final\\_ia--2.pdf](https://www.accessibletourism.org/resources/enter2012-helsingborg_enat_final_ia--2.pdf)

### Under klasse

- Overvej konklusionen på læsematerialet, dvs. den generelle mangel på tilgængelighed af turistwebsteder; Webtilgængelighed kræver bedre implementering, og websteder tilbyder kun få oplysninger om tilgængelighedsfaciliteterne på turiststeder.
- Lav grupper på 4 og få dem til at tænke på kunder med særlige behov.
- Bed deltagerne om at bruge Miro til at kommentere, hvordan kunder med særlige behov kunne tænke, føle, høre og se
- Bed deltagerne om at brainstorme ideer for at imødekomme disse behov
  - Tilskynd deltagerne til at researche om kunder med særlige behov for at kunne udføre opgaven
- Diskuter de tips og god praksis, der tilbydes i materialet: [https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat\\_projects\\_and\\_good\\_practices.1038](https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.1038)
  - Hvordan bidrager det at gøre turisttjenester mere tilgængelige til bæredygtighedsmålene?

### Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Vurder konsekvenserne af ideer, der bringer værdi og effekten af iværksætterhandlinger på målgruppen, markedet, samfundet og miljøet
- ❖ Reflektere over, hvor bæredygtige langsigtede sociale, kulturelle og økonomiske mål er, og den valgte handling
- ❖ Handle ansvarligt

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse borde er tilgængelige [her](#).

# Virksomhedens sociale ansvar

Deltagerne vil bruge WordPress eller Drupal til at udarbejde en Corporate Social Responsibility (CSR)-politik til visning på en lille turistvirksomheds hjemmeside.

## Læringsmål

1. Forstå begrebet Corporate Social Responsibility
2. Skriv en CSR-politik til visning på en lille turistvirksomheds hjemmeside

### EntreComp Rammekompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Lær ved at gøre
- ❖ Vision

### Aktivitet Forberedelse Tid:

5 min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale Forberedelse

- [EYR Forfremmelse brugervejledning](#)
- WordPress, Drupal



## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forberede ved læsning det følge materiale og generere -en præsentation for deltagere: EYR Promotion Manual s. 30-32

### Under klasse

- Inddel deltagerne i grupper
- Brug af enten et af casestudierne i EYR Promotion Manual eller en case fra en af deltagernes virksomhed
  - Instruer deltagerne i at overveje måder at gøre det valgte turismeprodukt mere miljøvenligt, tilgængeligt og inkluderende
  - Skriv en CSR-politik
  - Brug enten Drupal eller WordPress til at offentliggøre politikken på et websted

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Vurder konsekvenserne af ideer, der bringer værdi og effekten af iværksætterhandlinger på målgruppen, markedet, samfundet og miljøet
- ❖ Reflektere over, hvor bæredygtige langsigtede sociale, kulturelle og økonomiske mål er, og den valgte handling
- ❖ Handle ansvarligt
- ❖ Visualiser fremtidige scenarier for at hjælpe med at vejlede indsats og handling
- ❖ Brug ethvert initiativ til værdiskabelse som en læringsmulighed
- ❖ Lær med andre, herunder jævnaldrende og mentorer
- ❖ Reflekter og lær af både succes og fiasko (din egen og andres)

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer ertaget fra de beskrivende tabeller iEntreComprammer. Disse borde er tilgængeligeher.

# BygningGlocalog innovative Turisme netværk



Turisme er et socialt fænomen, der finder sted på grund af samspillet mellem forskellige individer, kollektiver, virksomheder, organisationer og institutioner. Tag for eksempel et enkelt individrejsende. Atrejsende interagerer med et stort netværk af mennesker, private virksomheder og institutioner. De køber billetter hos et flyselskab, ansøger om rejsevisum fra en statslig instans, reserverer overnatning hos hoteller, køber mad fra restauranter, møder folk på deres destination, køber souvenirs og så videre. Til at levere tjenester til turister beskæftiger hoteller folk fra hele verden; de køber forsyninger fra industrier på nationalt og globalt plan. Derudover producerer disse hoteller affald, bortskaffer det gennem nationalt eller lokalt regulerede affaldsbortskaffelsespolitikker og forbruger vand fra private eller offentlige leverandører.

Et lignende net af interaktioner kunne tegnes for hver sektor, der er involveret i turismeoplevelsen. Ovenstående er imidlertid en forenkling af en bredere kompleksitet af sammenkoblinger. Således er turisme en del af et komplekst socialt netværk, hvor organisationer og mennesker er knyttet sammen.



Den resulterende udveksling er 'glokalei, at det foregår i et samspil mellem lokale og globale netværk. Begrebet 'globalisering' fik mere udbredt brug i den japanske erhvervsverden for at henvise til tilpasningen af det globale til lokale forhold (Robertson, 1995). I markedsføring, 'globalisering' kan forstås som: "en ramme til at udforske, hvordan lokalsamfund kan mere effektivtkapitalisere på globale udvekslinger...[og hvordan]organisationer kan med succes udvide deres marked i nye lande ved kulturelt at tilpasse deres tjenester, kommunikation og marketingstrategier til den lokale kontekst" (Soulard et al., 2019: 93). Altså at bygge lokale og innovative turismenetværk skal virksomheder etablere broer med globale aktører og institutioner og samtidig forstå og tilpasse sig lokale sammenhænge.

Aktiviteterne i de følgende sektioner introducerer principper for social netværksanalyse, samarbejdspartnerskaber, opbygning og vedligeholdelse, og giver værktøjer til at forstå 'glokale' miljøer, hvor virksomheder opererer.

# Kortlægning til Bæredygtighed

Deltagerne vil bruge OpenStreetMap til at skabe forskellige korttilbud hvor kunderne kan få adgang til forskellige bæredygtighedstjenester.

## Læringsmål

1. Lær at bruge OpenStreetMap som -værktøj til at skabe korttilbud der tilbyder forskellige tjenester
2. Samarbejd med andre til at skabe kort der er nyttige for besøgende med forskellige præferencer
3. Brug kortlægningsværktøjer til at forbedre det aktive turistmål

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Mobilisering af ressourcer
- ❖ Arbejde med andre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

5 min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale Forberedelse

- europæisk Ungdom Rødder: Bygning Global og Innovative turismenetværk Brugervejledning: <https://www.europeanyouthroots.eu/download/04-bygning-global-og-innovativ-turismenetværk/> <https://www.openstreetmap.org/>
- [OpenStreetMap](https://www.openstreetmap.org/)



## Instruktioner

- Inddel deltagerne i grupper
- Bed grupper om at bruge OpenStreetMap til at skabe et kort, der signalerer cykelstier, fodgængerstier, lokale og økologiske madrestauranter (eller andre bæredygtige tjenester) i en by efter eget valg.
- Deltagerne bør have tid til at udføre forskning for at skabe deres kort.

## Valideringsværktøj

I slutningen af den aktivitet deltagerne bliver bedre i stand til at:

- ❖ Reflektere over, hvor bæredygtige langsigtede sociale, kulturelle og økonomiske mål er, og den valgte handling
- ❖ Arbejd sammen og samarbejde med andre for at udvikle ideer og omsætte dem til handling

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse tabeller er erledigher.



# Forbindelse til Koral RevBevarelse

Deltagerne vil bruge flere værktøjer til at lære om opbygningen af et bæredygtigt turismenetværk.

## Læringsmål

1. Lær om konceptet Connectivity
2. Relater begrebet Connectivity til opbygning og vedligeholdelse af netværk for bæredygtige mål
3. Lær de grundlæggende trin til at opbygge og vedligeholde netværk

### EntreComp Ramme Kompetencer

- ❖ Etisk og bæredygtig tænkning
- ❖ Lær ved at gøre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

5 min

Varighed af Aktivitet: 1 time

### Materiale Forberedelse

- <https://www.europeanyouthroots.eu/download/io4-bygning-glokal-og-innovativ-turismenetværk/>
- <https://ed.ted.com/lessons/conserving-our-spectacular-vulnerable-coral-reefs-joshua-drew>
- [LucidChart](#), [Ted Ed Vægmaleri](#), [Miro](#)

## Instruktioner

- Kigge på det instruktions Ted Ed video med deltager:<https://ed.ted.com/lessons/conserving-our-spectacular-vulnerable-coral-reefs-joshua-tegnede>
- Brug af EYR-manualen til bygningGlocalog Innovative Tourism Networks beder deltagerne forestille sig, at de bygger et netværk for bæredygtig turisme og koralrevsbevaring i Fiji.
  - Instruer deltagerne i at følge trinene i manualen
  - Giv dem tid til at undersøge og indsamle information
  - De kan bruge Vægmaleri, Miro, eller Lucidchart til trin 2
  - Diskuter med deltagerne om udfordringerne og mulighederne for at bygge lokalt netværk

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten deltagerne vil være bedre i stand til at:

- ❖ Reflektere over, hvor bæredygtige langsigtede sociale, kulturelle og økonomiske mål er, og den valgte handling
- ❖ Vurder konsekvenserne af ideer, der bringer værdi og effekten af iværksætterhandlinger på målgruppen, markedet, samfundet og miljøet
- ❖ Brug ethvert initiativ til værdiskabelse som en læringsmulighed Lær sammen med andre, herunder jævnaldrende og mentorer
- ❖ Reflekter og lær af både succes og fiasko (din egen og andres)

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse tabeller er ledigher.

# Kortlægning Sbrugbar Stjenester til jeg inkorporere til din Forretning: Spotnetværksanalyse

Brug Gephi, Forbind prikkerne eller Miro til opføre a kort netværkanalyse af bæredygtige tjenester til indarbejde til en forretning.

\*Bemærk at det facilitator ville blive rådgiver til givet tutorials og uddannelse idet brug af Gephi og Connect det Dots software

## Læringsmål

1. Forståelse det betydning af netværkanalyse til planlægning, planlægning og kontrollere forretningsdriften

2. Introduktion det grundlæggende retningslinjer til at gennemføre en netværkanalyse

3. Brug netværk analyse til identificere samarbejde

muligheder med andet virksomheder, institutioner og enkeltpersoner

## EntreComp Rammekompetencer

- ❖ Spotting muligheder

## Aktivitet Forberedelse Tid:

30min

Varighed af Aktivitet: 1 time

## Materiale Forberedelse

- [europæisk Ungdom Rødder: Bygning Glocal og Innovativ Turisme Netværk](#)
- <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:731935/FULLTEXT01.pdf>
- [Gephi](#), [Opret forbindelse det Prikker](#) eller [Miro](#)

## Instruktioner

### Under klasse

- Start aktiviteten ved at spørge deltagerne:

- Har du nogensinde hørt om netværksanalyse?
- Hvad er fordelene ved netværksanalyse?

Bemærk: Hvis deltagerne ved, hvad netværksanalyse er, så få svar fra deltagerne og fortsæt til den næste aktivitet. Hvis deltagerne ikke ved, hvad netværksanalyse er, så giv deltagerne manual, som findes herfor at hjælpe dem til bedre at forstå emnet.

- Til anden del af aktiviteten skal du introducere et eksempel på en netværksanalyse bygget til en virksomhed og bede deltagerne om at identificere de vigtigste trin og overvejelser, der er nødvendige for at udføre en netværksanalyse. For eksempel:

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:731935/FULLTEXT01.pdf>

- Den tredje del af aktiviteten giver deltagerne et scenarie til at opleve det grundlæggende i at udføre en social netværksanalyse. Bed deltagerne om at udføre forskning på en valgfri destination.
- Bed deltagerne om at indsamle oplysninger om internationale, nationale, regionale og lokale aktører, der er involveret i turisttjenesterne på den valgte destination.
- Brug Gephi, Forbind prikkerne at udføre en kort netværksanalyse, der overvejer:
  - Interessenter
  - Institutioner
  - Tilgængelige turisttjenester
  - Tilgængelige alternative energikilder
  - Vanddistribution og affaldsservice
  - Andre virksomheder i branchen som lokale madrestauranter, lokale madmarkeder
- Deltagerne skal svare på følgende
  - Hvordan er lokale og globale aktører forbundet?
  - Hvad er potentielle muligheder for partnerskaber og samarbejder?



Billede 56 Visuals af -en prøve netværk (URBACT, 2020)

## Validering værktøj

Ved det ende af det aktivitet det deltagere viljevære bedre i stand til:

- ❖ Identificere og gribe muligheder til skab værdi ved udforske det social, kulturel og økonomisk landskab
- ❖ Identificere behov og udfordringer at brug for til være mødte
- ❖ Etablere ny forbindelser og tage med sammen spredt elementer af det landskab tilskabmuligheder for skab værdi

Vær venlig Bemærk at det overkompetencer er taget fra det beskrivende borde i detEntreComp rammer. Disse borde er ledig [her](#).



# STØTTER Analyse

Deltagerne vil udføre en lille skala PESTLE-analyse. I PESTLE står P for Politisk, E for Økonomisk, S for Social, T for Teknologisk, L for Juridisk og E for Miljømæssig.

## Læringsmål

1. Lær at analysere det miljø, som virksomheder opererer i
2. Lær grundlæggende principper for at udføre en PESTLE-analyse.

### EntreCompRammekompetencer

- ❖ Lære ved at gøre
- ❖ Vision
- ❖ Arbejde med andre

### Aktivitet Forberedelse Tid:

15min

**Varighed af Aktivitet:** Fleksibel

### Materiale Forberedelse

- [EYR Forfremmelse brugervejledning](#)
- <https://libguides.library.usyd.edu.au/c.php?g=508107&p=5994242>
- [LucidChart, Miro eller Vægmaleri](#)

## Instruktioner

### Før undervisningen

- Forbered dig med en præsentation om, hvordan man udfører en PESTLE-analyse ved hjælp af følgende ressource:<https://libguides.library.usyd.edu.au/c.php?g=508107&p=5994242>

### Under klasse

- Introducer de grundlæggende principper for at udføre en PESTLE-analyse
- Inddel deltagerne i grupper
- Bed grupper om at vælge et casestudie fra EYR Promotion Manual
- Brug af enten et af casestudierne i EYR Promotion Manual eller en case fra en af deltagernes virksomheder
  - ❑ Instruer deltagerne til at udføre en lille skala PESTLE-analyse af miljøet omkring virksomheden fra deres casestudie.
  - ❑ Deltagerne kan bruge et værktøj som Miro, Mural eller LucidChart til at visualisere deres analyse.

## Valideringsværktøj

Ved afslutningen af aktiviteten vil deltagerne være bedre i stand til at:

- ❖ Arbejd sammen og samarbejd med andre for at udvikle ideer og omsætte dem til handling
- ❖ Handle ansvarligt
- ❖ Visualiser fremtidige scenarier for at hjælpe med at vejlede indsats og handling
- ❖ Brug ethvert initiativ til værdiskabelse som en læringsmulighed
- ❖ Lær med andre, herunder jævnaldrende og mentorer
- ❖ Reflekter og lær af både succes og fiasko (din egen og andres)

Bemærk venligst, at ovenstående kompetencer er hentet fra de beskrivende tabeller i EntreComprammer. Disse tabeller er ledigher.



# Konklusion

Det værktøjskasse er ment til være -en guide til give uddannelse, råd og support til ung iværksættere, opmuntrende dem til deltage i det umådelig muligheder inden for det turisme industri til bæredygtige og inklusiveforretningpraksis. Det udfordring af det turisme industri er til bevæge sig igunst af bæredygtighed, prioritering social og økologiske velvære. Sådan -en opgave kræver innovation, ledelse og samarbejde mellem -en bred array af interessenter. Ved skabe dette værktøjskasse, det håber er til reproducere det indvirkning af det europæisk Ungdom Rødder Projekt i bestille til bygge og formere sig -en generation af fremtid spil-skiftere. Det aktiviteter i dette håndbog sigte til fostre en iværksætter tankegang at forbereder ung mennesker til ansigt usikkerheder og vanskeligheder med innovative kapaciteter og -en samarbejdende nærme sig. Trænere, facilitatorer og pædagoger har -en valg af værktøjer og aktiviteter centreret rundt om det temaer af hæve opmærksomhed, implementering af initiativer, markedsføring og bygning lokale partnerskaber. igennem det brug af Disse værktøjer og aktiviteter det er muligt til tog ungdom til genkende og kapitalisere på bæredygtig, deltagende og inklusive turisme udvikling muligheder.

# Referencer

Adobe. (2022). *Adobe Express*. Adobe Express. <https://www.adobe.com/express/>

Canva. (2022). *Gratis designværktøj: Præsentationer, video, sociale medier*. Canva. <https://www.canva.com/>

Centrum for Ansvarlig Rejse. (2021, 19. januar). *Biodiversitet og kulturarv*. Centrum for Ansvarlig Rejse. <https://www.responsibletravel.org/resources/biodiversity-cultural-heritage-loss/>

Klik op. (2022). *Klik op*. Én app til at erstatte dem alle. <https://clickup.com>

Klimaaktion. (2021). *WWF: Kæmpe stigning i efterspørgslen efter bæredygtige varer under pandemien*. Klimaaktion. <https://www.climateaction.org/news/wwf-huge-rise-in-demand-for-sustainable-goods-under-pandemic>

Forbind prikkerne.

(2022). *ConnectTheDots*. Databasic.io. <https://databasic.io/en/connectthedots/>

Drupal. (2018, 5. april). *Drupal - Open source CMS*. Drupal.Org. <https://www.drupal.org/>

edX. (2022). *edX*. EdX. <http://edx.org>

ENAT. (2022). *Velkommen til ENAT European Network for Accessible Tourism*. <https://www.accessibletourism.org/>

europæisk Provision. (nd). *Det europæisk iværksætterikompetence rammer(entrecomp)*. europæisk Provision. Hentet juni 28, 2022, fra <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=da>

europæisk Provision. (2018). *EntreComp: Det europæisk Entreprenørskab Kompetence Ramme*. Publikationer Kontor af det europæisk Union.

EU-Miljømærke. (nd). *Det miljø mæssige etiket du kan tillid*. EU-Miljømærke. Hentet juli 11, 2022, fra <https://eu-ecolabel.de/da/>

Gephi. (2022). *Gephi*. Det Åben Kurve Dvs Platform. <https://gephi.org>

Gillovic, B., & McIntosh, EN. (2020). Tilgængelighed og inklusive turisme udvikling: Nuværende statog fremtid dagsorden. *Bæredygtighed*, 12(22), 9722. <https://doi.org/10.3390/su12229722>

Hal, C.M. (2019). Konstruktion bæredygtige turisme udvikling: Det 2030 dagsorden og det ledelses mæssigt økologi af bæredygtige turisme. *Tidsskrift af Bæredygtigt Turisme*, 27(7), 1044-1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>

Hootsuite. (2022). *Socialmedier markedsføring & ledelse dashboard*.

Hootsuite. <https://www.hootsuite.com/>

Hu, Y., Yu, W., Ren, Z., Du, X., Lan, L., Wang, Q., ... Guo, Y. (2021). Koordinerende rolle af seks-hattænkerteknik i design hold i løbet af idé-generering fase af service design.

Tænker Færdigheder og Kreativitet, 39, Tænker færdigheder og kreativitet, 2021-03, bind 39.

Jæger, C.J. (1995). På det brug for til genkonceptualisere bæredygtige turisme udvikling. *Tidsskrift af Bæredygtigt Turisme*, 3(3), 155-165. <https://doi.org/10.1080/09669589509510720>



Jamal, T. (2012). Modstandsdygtighed og usikkerhed i turisme. I *Det Routledge Håndbog af Turisme og det Miljø* (s. 527-542). Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9780203121108-56>

Lucidchart. (2022). *Intelligent diagrammer*. Klar. <https://www.lucidchart.com>

MailChimp. (2022). *Marketing, automatisering & e-mail platform*. Mailchimp.

<https://mailchimp.com> MateraHub. (2022, Marts). *Fællesskab Værksted EYR* [Personlig meddelelse].

Mægtig Netværk. (2022). *Mægtig netværk*. Mægtig Netværk. <https://www.mightynetworks.com/>

Miro. (2022). *Det visuelle samarbejde platform til hver hold*. <https://miro.com/>

Vægmaleri. (2022). *VÆGEMILIER er -en digital først visuelt samarbejde platform*. VÆGEMILIER. <https://www.mural.co/>

National Handicap Myndighed. (2022). *Tilgængelighed værktøjskasse*. Det national Handicap Myndighed. <https://nda.ie/resources/accessibility-værktøjskasse/>

OpenStreetMap. (2004). *OpenStreetMap*.

OpenStreetMap. <https://www.openstreetmap.org/#map=11/35.9448/14.3810>

Læs højtaler. (2017, november 16). *Livsagtig tekst til tale (TTS)*. Læs højtaler. <https://www.readspeaker.com/>

Robertson, R. (1995). Glokalisering: Tid-Plads og homogenitet-heterogenitet. I *Global Moderniteter* (s. 25-44). SAGE Publikationer Ltd. <http://dx.doi.org/10.4135/9781446250563.n2>

Sharpley, R. (2020). Turisme, bæredygtige udvikling og det teoretiske dele: 20 flere år på.

*Tidsskrift af Bæredygtigt Turisme*, 28(11), 1932–1946. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732>

Soulard, J., McGehee, N. G., & Hård, M. (2019). Transformativ turisme organisationer og globalisering. *Annaler af Turisme Forskning*, 76, 91-104.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.007>

Stockholm Modstandsdygtighed Centrum. (2012, september 19). *Planetarisk grænser*. Stockholm Modstandsdygtighed Centrum. <https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>

TED-Ed. (2022). *Lektioner værdi deling*. TED-Ed. <https://ed.ted.com/>

Trello. (2022). *Styredin holdets projekter fra overalt*. Trello. <https://trello.com/>

FN's miljøprogram. (2003). En manual for vand- og affaldshåndtering: hvad turistindustrien kan gøre for at forbedre sin præstation. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/9432>

UNWTO. (nd). *Turisme genopretning gevinster momentum som restriktioner lethed og tillid vender tilbage*.

Hentet juni 28, 2022, fra

<https://www.unwto.org/news/tourism-recovery-vinder-momentum-som-restriktioner-let-og-tillidsafkast>

URBACT. (2020, 30. juli). *Kort over interessenternes økosystem*.

URBACT. <https://urbact.eu/stakeholders-økosystem-kort>

Vinzenz, F., Priskin, J., Wirth, W., Ponnareddy, S., & Ohnmacht, T. (2019). Markedsføring bæredygtigt turisme: Det rolle af værdi orientering, godt-væren og troværdighed. *Tidsskrift af Bæredygtigt Turisme*, 27(11), 1663-1685. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650750>

WordPress. (2022). *Automatisk*. WordPress.Com. <https://wordpress.com/>

WTTC. (nd). *Rejse & turisme økonomisk indvirkning*. Verden Rejse & Turisme Råd (WTTC). Hentet juni 28, 2022, fra <https://wtcc.org/Research/Economic-Indvirkning>

# Ansvarsfraskriv

**else**  
EYR - European Youth Roots er et projekt finansieret af Den Europæiske Union Europa-Kommissionens støtte til produktionen af denne publikation udgør ikke en godkendelse af indholdet, som kun afspejler forfatterens synspunkter, og Kommissionen kan ikke holdes ansvarlig for enhver brug, der kan gøres af oplysningerne deri.

EYR - European Youth Roots er et Creative Commons-licenseret projekt Dette arbejde er gjort tilgængeligt inden for rammerne af EU-projektet EYR (European Youth Roots), 2019-3-FR02-KA205-016905 under betingelserne iCreative Commons Attribution 4.0 International License udført af Le LABA, Le Nouveau Studio, FilmWorks Trust, Momentum Marketing Services Ltd, European E-Learning Institute, Materahub, VisMedNet Foreningen

