

Handbook



2017-1-TR01-KA202-045781

TOURENG
ERASMUS+ KA202 PROJECT

IO 3 – Manual de instruire destinat facilitatorilor învățării auto-dirijate a competențelor lingvistice în turism



Interactive and Mobile Adapted Learning Tool to Improve the Level of Technical English for Employees in Tourism "TourENG" (2017-1-TR01-KA 202-045781)



2017-1-TR01-KA202-045781
TOURENG
ERASMUS+ KA202 PROJECT



Conținut

IO 3 – Manual de instruire pentru multiplicatorii facilitarii invatarii auto-dirijate a competentelor lingvistice in turism	1
Obiectiv	3
Capitolul 1: Integrarea învățării limbilor străine într-un program mai larg de dezvoltare a competențelor cheie, dezvoltarea curriculei, monitorizarea și evaluarea procesului de învățare	4
1.1 Învățarea la locul de muncă: definirea proceselor de muncă și a abilităților necesare: Cine și ce anume trebuie să știe? Cum se poate învăța?	4
1.2 A deveni flexibil: competențe-cheie de bază pentru performanțe ridicate	8
1.3 Curricula pentru toți - curricula pentru persoane fizice	18
Ce este un curriculum?	20
1.4 Monitorizarea învățării: matricea obiectivelor de învățare, monitorizarea rezultatelor	19
Capitolul 2: Abilități de facilitare a învățării unei limbi străine	24
2.1 Ce ar trebui să știe facilitatorul pentru a organiza învățarea	24
2.2 Scopul programului	25
2.3 Conștientizarea relevanței competențelor – cheie ale facilitatorilor	36
2.4 Canalele de media cele mai importante	27
2.5 Situații tipice de lucru	28
2.6 Experiența în învățarea limbilor străine	29
2.7 Experiența pe care facilitatorul trebuie să o ofere elevului	40
2.8 Cunoașterea programelor de învățare auto-dirijată	42
2.9 Cunoștințe despre încurajarea învățării în grupuri	43
2.10 Încurajarea și atitudinea pozitivă	45
2.11 Cunoștințe generale despre comunicare	46
Capitolul 3: Competențe media	46

2



Interactive and Mobile Adapted Learning Tool to Improve the Level of Technical English for Employees in Tourism " TourENG" (2017-1-TR01-KA 202-045781)



2017-1-TR01-KA202-045781
TOURENG
ERASMUS+ KA202 PROJECT



3.1 Competențe media	48
3.2 Mijloace media disponibile pentru învățare in afaceri	49
3.3 Producția media	39
3.4 Aflați mai multe	47



Obiectiv

Manual de instruire destinat multiplicatorilor facilitării învățării auto-dirijate a competențelor lingvistice în turism

Acest manual conține un pachet de orientări metodologice și un set de module destinate consultanților/mentorilor/antrenorilor (coach) din cadrul furnizorilor de instruire care lucrează cu managerii și angajații IMM-urilor din turism, în scopul utilizării mijloacelor media moderne pentru facilitarea învățării limbilor străine în cadrul acestor firme.



Capitolul 1: Integrarea învățării limbilor străine într-un program mai larg de dezvoltare a competențelor cheie, dezvoltarea curriculei, monitorizarea și evaluarea procesului de învățare

1.1 Învățarea la locul de muncă: definirea proceselor de muncă și a abilităților necesare: Cine și ce anume trebuie să știe? Cum se poate învăța?

Într-un mediu de afaceri în continuă schimbare și cu o fluctuație ridicată a forței de muncă, instruirea la locul de muncă reprezintă o condiție pentru asigurarea competitivității și sustenabilității afacerii. În cele mai multe medii de lucru actuale, **“învățarea este noul fel de a munci”** (Zuboff).

Deși există mai multe moduri de a învăța, totuși se poate spune că învățarea la locul de muncă se realizează individual, incluzând instruirea formală, informală și incidentală (Matthews, 1999), dar cea mai consistentă este cea legată de experiența dobândită la locul de muncă.

Maturitatea și experiențele de viață determină anumite caracteristici specifice învățării în cazul adulților, comparativ cu elevii din școli, iar aceste caracteristici trebuie avute în vedere atunci când se planifică programele de instruire destinate acestora.

Unele dintre aceste caracteristici, relevate de studiile întreprinse până acum, se referă la următoarele aspecte:

- adulții care învață aduc cu ei cunoștințe și experiențe de viață; fiecare adult acumulează un rezervor de experiențe care crește în fiecare zi și reprezintă o resursă valoroasă pentru învățare; **exemplele din viața reală** îi vor motiva și încuraja să interacționeze în timpul procesului de învățare;
- schimbarea referitoare la perspectiva temporală în cazul persoanelor mature, de la posibila aplicare în viitor a cunoștințelor dobândite, la imediata lor aplicare. Luând în considerare



acest aspect, adulții sunt mult mai **focusați pe probleme și orientați pe obținerea de rezultate** – ei preferă informații practice și relevante, pe care să le poată folosi pentru a-și simplifica munca, a-și atinge obiectivele sau a-și îmbunătăți abilitățile;

- adulții preferă să învețe mai degrabă **experimentând** decât să asculte prezentări; ei simt nevoia să fie **implicați activ** în instruire, mulți dintre ei dorind să-și împărtășească experiențele sau să rezolve probleme de la locul de muncă sau să ia decizii;
- adulții au o **motivație internă** legată de învățare, cea mai mare parte a lor luând această decizie personal și asumând-și responsabilitatea pentru învățare;
- adulții **au nevoie de timp pentru a reflecta și exersa** noile abilități, întrucât ei au și alte responsabilități în afara învățării (familia, profesia, obligațiile sociale etc.) și uneori au un program de lucru destul de încărcat;
- adulților le place să aibă la dispoziție **alternative** din care să aleagă, întrucât în viața reală trebuie să ia decizii;
- adulții au **stiluri de învățare diferite**, în funcție de personalitatea fiecăruia; unii dintre ei învață prin observare, alții vizionând videoclipuri educaționale, alții exersând, alții rezolvând sarcini dificile etc.
- adulții au nevoie de **feedback** referitor la munca lor și de **recunoaștere** a rezultatelor; în acest fel este recunoscută utilitatea instruirii
- adulții își valorifică întregul potențial într-un mediu în care se simt **acceptați, siguri și respectați**

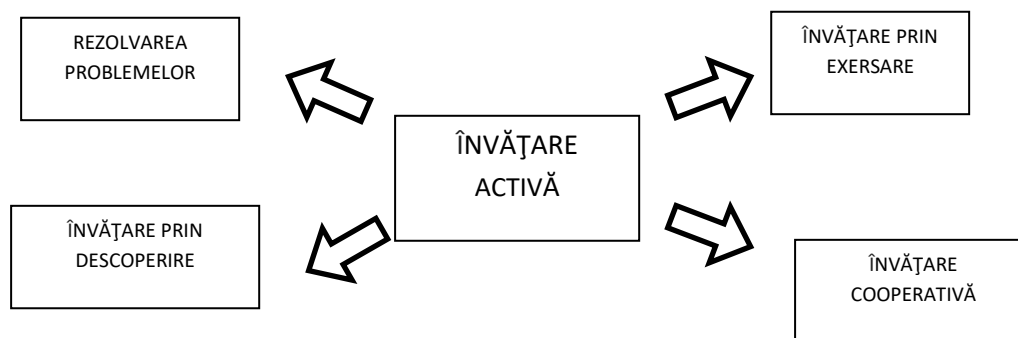
Atunci când sunt concepute programe de instruire destinate adulților, trebuie luată în considerare **MOTIVAȚIA PENTRU ÎNVĂȚARE** a acestora:

- cunoașterea înseamnă putere, contribuind la creșterea posibilităților de dezvoltare a vieții profesionale și de a asigura *succesul*; dezvoltarea profesională este posibilă numai prin aplicarea cunoștințelor dobândite;
- prin instruire se așteaptă să găsească *soluții/ asistență pentru rezolvarea problemelor de la locul de muncă*;



- nevoia de *networking*—interacționarea cu alte persoane pentru a face schimb de informații și experiențe este foarte utilă pentru dezvoltarea profesională.

Învățarea la locul de muncă este o învățare activă, personalul fiind implicat în procesul de învățare prin rezolvarea de probleme care apar la locul de muncă, discuții, dezbateri, brainstorming, formularea de întrebări și găsirea răspunsurilor, lucrul în echipă.



OBIECTIVELE principale în cazul învățării la locul de muncă trebuie să fie centrate pe:

- actualizarea și îmbunătățirea competențelor angajaților,
- dezvoltarea unui set de abilități necesare pentru creșterea eficienței muncii,
- stimularea angajaților în vederea identificării de noi soluții legate de locul de muncă și asumarea responsabilității pentru acestea,
- armonizarea nevoilor angajatorilor cu abilitățile angajaților.

Pentru a asigura un mediu propice învățării la locul de muncă, ar trebui să luați în considerare câțiva factori semnificativi identificați de Ellström (2001), primul cercetător care a realizat un studiu legat de învățarea la locul de muncă în țările nordice:

- existența unei culturi la locul de muncă și a unei structuri organizaționale care să fie favorabile învățării,



- co-responsabilitatea în stabilirea obiectivelor și planificarea procesului de lucru,
- un potențial ridicat de învățare la locul de muncă,
- acces la informație și cunoștințe teoretice,
- posibilitatea de a testa diferite acțiuni în rezolvarea problemelor,
- posibilitatea de a face schimb de experiențe și reflecții.

Promovarea învățării la locul de muncă este benefică în cazul firmelor mici, care pot deveni mai competitive, pot face față mai ușor provocărilor pieței și, de asemenea:

- îmbunătățește șansele de sustenabilitate a afacerii, productivitatea și inovarea (Comisia Europeană, 2010)
- duce la creșterea satisfacției la locul de muncă și îmbunătățește angajabilitatea personalului
- contribuie la dezvoltarea profesională și personală, respectiv creșterea încrederii în propriile abilități (Lester&Costely, 2010)

Pentru a eficientiza învățarea la locul de muncă, fiecare firmă trebuie să-și definească procesele de muncă relevante necesare pentru realizarea bunurilor/ prestarea serviciilor oferite.

De cele mai multe ori acest lucru se realizează informal și este știut doar de manager sau lucrătorii mai experimentați. Punerea pe hârtie a proceselor de muncă și a abilităților necesare ajută managerul să se gândească mai bine la ce anume trebuie făcut cu exactitate și ce este important de urmărit.

Definirea proceselor de muncă relevante, a principalelor etape ale procesului de producție ajută la definirea atribuțiilor în cazul fiecărei poziții și, implicit, la identificarea competențelor și abilităților necesare pentru îndeplinirea acestor atribuții. Drept urmare, pașii principali pentru planificarea învățării la locul de muncă sunt următorii:

- definirea principalelor etape ale procesului de producție
- definirea sarcinilor în cazul fiecărei poziții de lucru
- definirea competențelor și abilităților necesare pentru realizarea sarcinilor în cazul fiecărei poziții



- planificarea și implementarea unei învățări adecvate la locul de muncă

INTERVENȚIILE pentru învățarea la locul de munca pot include:

- ÎNVĂȚARE PRIN EXERSARE – confruntarea angajatului cu o nouă sarcină și “provocarea” acestuia de a găsi o cale pentru a o duce la bun sfârșit;
- MENTORATUL— plasarea angajatului lângă un angajat model care să-i arate cum să îndeplinească anumite sarcini specifice și să-i ofere explicații referitoare la secvența etapelor, utilizarea resurselor, documente etc.;
- MUNCA ÎN ECHIPĂ —inclusiunea în echipe cu angajați experimentați, pentru a beneficia de experiența acestora în rezolvarea problemelor de la locul de muncă;
- PROGRAME DE FORMARE PROFESIONALĂ CONTINUĂ - pentru dezvoltarea competențelor necesare;
- COACHING—susținerea angajaților în atingerea obiectivelor legate de evoluția profesională;
- JOB SHADOWING—acompanierea unui angajat experimentat de către unul mai puțin experimentat, acesta din urmă observând modul în care primul își desfășoară activitatea la locul de muncă.
- JOB ROTATION—rotirea angajaților pe diferite locuri de muncă, pentru a dobândi o flexibilitate mai ridicată în interiorul firmei și pentru a înțelege mai bine sarcinile în cazul fiecărei poziții;
- KAISEN—crearea de situații de învățare și reflectarea asupra acestora;
- CERCURILE CALITĂȚII —constituirea de grupuri de angajați care au drept obiectiv îmbunătățirea proceselor de muncă, utilizând creativitatea și metode precum rezolvarea problemelor;
- INSTRUIREA bazată pe materiale de învățare disponibile pe WEB (ex.: Videoclipuri educaționale referitoare la procesele de muncă relevante, exemple de bună practică etc.)



<https://www.youtube.com/watch?v=VmUGXKpH264>

<http://study.com/academy/lesson/what-is-sensitivity-training-for-managers-exercises-importance-in-the-workplace.html>, <https://www.youtube.com/watch?v=SpK1owmRemQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=O96fE1E-rf8>

- STUDII DE CAZ—prezentarea unei probleme de rezolvat și discutarea soluției cu grupul (ex. probleme cu clienții)
- INSTRUIRE BAZATĂ PE JOCURI—stabilirea de sarcini referitoare la luarea deciziilor, care permit explorarea unei varietăți de alternative strategice pentru problemele de la locul de muncă (ex. clienți satisfăcuți)

Bibliografie

Coach your Staff – Building your Employees Key Competences by Stimulating Self-Learning,
TourISMComp project

Per-Erik Ellström, Henrik Kock, Competence Development in the Workplace: Concepts, Strategies and Effects, Linköping University Sweden, <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ811091.pdf>

1.2 A deveni flexibil: competențe-cheie de bază pentru performanțe ridicate

În turism, ca și în toate celelalte sectoare, managerul se așteaptă ca angajații să fie performanți și productivi. Din punctul de vedere al competențelor, a fi productiv înseamnă a utiliza toate competențele pe care le aveți la locul de muncă pentru a vă duce la îndeplinire sarcinile la timp și la cel mai înalt nivel de calitate. În turism, a fi productiv înseamnă a avea clienți foarte mulțumiți care vor recomanda atât locația cât și serviciile dumneavoastră și se vor întoarce cu bucurie.



Din punctul de vedere al managerului, următoarele competențe ar putea fi importante pentru toate pozițiile din companie:

- comunicarea în limba maternă
- comunicarea în limbi străine
- aptitudini sociale și civile
- inițiativă și spirit antreprenorial
- conștientizare și exprimare culturală
- aptitudinea de a învăța.

Datorită diferitelor responsabilități și procese de lucru, alte competențe precum "numărare, calcul și științe" precum și "utilizarea calculatorului la locul de muncă" pot fi specifice anumitor locuri de muncă.

După cum s-a arătat în studiul privind necesitatea competențelor din sectorul turismului realizat în cadrul proiectului **"TourISMEComp--Self-Responsible Learning of Key Competences in Tourism SME a Mean to improve Competitiveness and Employment"** implementat prin contractul 2014-1-RO01-KA200-2766, finanțat prin ERASMUS+:

"Conform rezultatelor cercetării inițiale, principalele nevoi de învățare pentru angajații IMM-urilor sunt acoperite de cele opt competențe cheie ale învățării pe tot parcursul vieții. Dintre acestea se remarcă competențele de atitudine generală, comunicare și spirit antreprenorial."

De asemenea, managerii care au fost implicați în studiu au apreciat următoarele abilități ca fiind "foarte semnificative":

- *comunicare în limba maternă*- citire, scriere și comunicare cu clienții
- *comunicarea în limbi străine* – comunicarea cu clientul în limba străină
- *aptitudinea de a învăța* — să aibă ambiția și dorința de a învăța mai mult, de a utiliza metodele de învățare auto reglementată (învățarea cu colegii, citirea documentației legată de locul de muncă etc.), capacitatea de a stabili și de a urma obiectivele de învățare

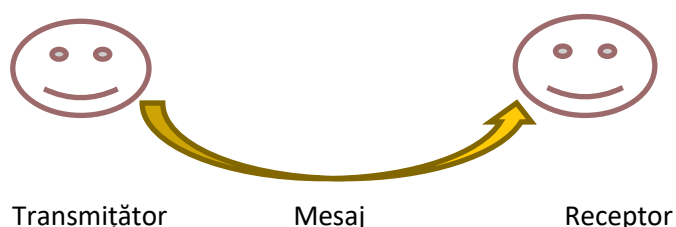


- *aptitudini sociale și civile* — dexteritate generală (abilitatea de a face față situațiilor noi și neașteptate), "abilități soft" generale, cum ar fi bunele maniere și capacitatea de a avea o atitudine pozitivă
- *inițiativă și spirit antreprenorial*: o atitudine generală "proactivă", acționând "antreprenorial", adică tratând fiecare client ca și cum ar fi client în afacerea proprie a angajatului
- *conștientizare și exprimare culturală*— capacitatea de a interacționa și de a răspunde nevoilor clienților din medii culturale diferite
- *numărare, calcul și științe* — de bază (calcularea și verificarea facturilor, consumabile etc.)
- *folosirea computerului la locul de muncă*—de bază (citit, printare, email, regăsirea informației, introducerea informației în formulare)

De asemenea, pentru managementul turismului, atitudinea angajaților este importantă, având în vedere că atitudinea influențează comportamentul. Atitudinea "proactivă" și atitudinea orientată spre client sunt cele care garantează o înaltă calitate a serviciilor furnizate. Atitudinea "proactivă" trebuie utilizată nu numai cu clienții, ci și cu colegii, deoarece echipa trebuie să fie productivă pentru a oferi servicii care să sporească satisfacția clientului, iar munca este efectuată de întreaga echipă. În turism, mai mult decât în alte industrii, inteligența emoțională (care joacă un rol imens în tratarea emoțiilor) este importantă, datorită faptului că în contactul direct cu clienții, comunicarea implică sentimentele persoanelor.

Comunicarea și factorii care sunt implicați sau influențează comunicarea sunt subiect de studiu pentru mulți cercetători.

Modelul general al comunicării liniare arată așa:



De exemplu, în 1963, David Berlo a extins modelul linear de comunicare al lui Dean Faustine din 1949 și a creat modelul de comunicare *Transmițător – Mesaj – Canal- Receptor* (în engleză Sender-Message-Channel-Receiver (SMCR)) [Berlo, D. K. (1960). *Procesul de comunicare*. New York, New York: Holt, Rinehart și Winston.]. Modelul de comunicare SMCR a separat modelul în părți clare și a fost extins apoi de către alți savanți. Procesul de comunicare al lui Berlo este o aplicație simplă pentru **comunicarea de la persoană la persoană**, care include sursa de comunicare, codificatorul, mesajul, canalul, decodificatorul și receptorul comunicării [Ann, Bette. Modelul procesului de comunicare al lui Berlo aplicat teoriilor comportamentale ale lui Maslow, Herzberg și McGregory. Stead Sursa: Jurnalul Academiei de Management, vol. 15, No. 3 (Sep., 1972), pp. 389-394 Publicat de: Academia de Management Stabil URL: <https://www.jstor.org/stable/25486>].

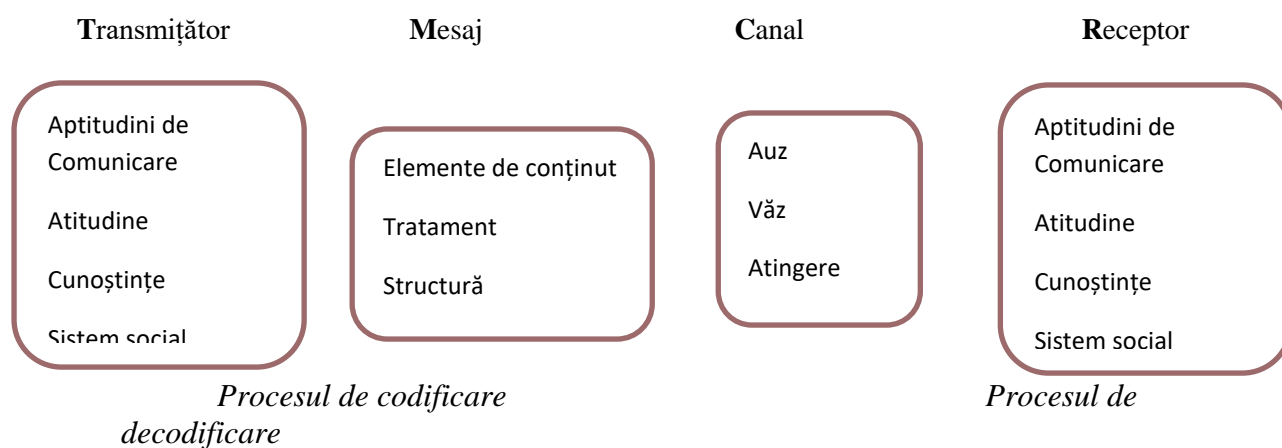
În plus, Berlo a prezentat câțiva factori care influențează procesul de comunicare între două persoane. Acești factori includ abilitățile de comunicare, nivelul de conștientizare, sistemul social, sistemul cultural și atitudinea [Sluková, Petra Zia. Studii de gestionare a informațiilor și cunoștințelor în context european nr. 5 -comunicare Reg. Nr: CZ.1.07 / 2.2.00 / 07.0284 PO: Sprijin pentru educația pentru competitivitate. 2.2 Învățământ universitar Realizări: Universitatea VŠB-TU Ostrava, Facultatea de Științe Economice, Academia de Afaceri și HPS Valašské Meziříčí].

Modelul de comunicare al lui Berlo începe de la sursă, ceea ce determină abilitățile de comunicare, atitudinea, cunoștințele, sistemul social și cultura persoanelor implicate în comunicare. După ce mesajul, care este compus din elemente dintr-un set de simboluri, este dezvoltat, atunci începe etapa de codificare. Procesul de codificare este atunci când sunt folosite abilitățile motrice de vorbire sau scriere [Ann, Bette. Modelul procesului de comunicare al lui Berlo aplicat teoriilor comportamentale ale lui Maslow, Herzberg și McGregory. Stead Sursa: Jurnalul Academiei de Management, vol. 15, No. 3 (Sep., 1972), pp. 389-394 Publicat de: Academia de Management Stabil URL: <https://www.jstor.org/stable/25486>].



Mesajul trece prin canalul care poartă mesajul prin auz, văz, atingere, miros sau degustare. [Berlo, D. K. (1960). Procesul de comunicare; o introducere în teorie și practică. New York: Holt, Rinehart și Winston. Claude E Shannon, W. W. (1949)]

Apoi are loc procesul de decodificare. În acest proces, receptorul interpretează mesajul folosindu-se de abilitățile sale senzoriale. În cele din urmă, receptorul comunicării înțelege întregul mesaj [Ann, Bette. Modelul procesului de comunicare al lui Berlo aplicat teoriilor comportamentale ale lui Maslow, Herzberg și McGregory. Sursa: Jurnalul Academiei de Management Journal, Vol. 15, No. 3 (Sep., 1972), pp. 389-394 Publicat de: Academy of Management Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/25486>].



În comunicare, cultura transmițătorului și a receptorului este importantă. În turism, angajații comunică adesea cu oaspeții din alte culturi. Factorii care sunt importanți pentru buna comunicare între diferitele culturi sunt următoarele, conform: (<https://toughnickel.com/business/Factors-that-Impact-Cross-Cultural-Communication>):



1. *Identitatea culturală*: Cultura poate fi definită ca fiind formată din valori, atitudini și mod de a face lucrurile, pe care o persoană le aduce cu ea din locul în care a copilărit. Aceste valori și atitudini pot avea un impact asupra comunicării între diferitele culturi, deoarece normele și practicile fiecărei persoane vor fi adesea diferite și pot intra în conflict cu cele ale colegilor sau clienților provenind din diferite părți ale lumii.

2. *Identitatea etnică*: Identitatea etnică evidențiază rolul jucat de etnie în modul în care doi oameni din diferite culturi interacționează unul cu celălalt.

3. *Rolurile genurilor*: Un alt factor care influențează comunicarea interculturală este genul. Aceasta înseamnă că comunicarea dintre membrii diferitelor culturi este afectată de felul în care societățile diferite văd rolurile bărbaților și ale femeilor.

4. *Personalitățile individuale*: Modul în care o persoană comunică cu alte persoane din alte culturi depinde de propriile trăsături de personalitate și de modul în care se consideră. Așa cum o cultură poate fi descrisă în termeni generali ca "deschisă" sau "tradițională", un individ dintr-o cultură poate fi de asemenea descris ca fiind "deschis" sau "conservator". Aceste diferențe au efect atât asupra felului în care comunică mai multe persoane din aceeași cultură, cât și cei din culturi diferite.

5. *Clasa socială*: Factorul de identitate socială se referă la mediul social în care s-a născut o persoană sau la grupurile la care se raportează.

6. *Vârsta*: Factorul de identitate a vârstei se referă la modul în care membrii grupurilor de vârste diferite interacționează unii cu ceilalți. Acest lucru ar putea fi gândit în termenii "decalajului generațiilor". Mai multe culturi ierarhice, cum ar fi cele din China, Thailanda și Cambodgia, acordă un mare respect bătrânilor lor și iau în considerare opiniile bătrânilor atunci când iau decizii în viață. Culturi precum cea din Statele Unite sunt mai puțin atente la vârstnicii lor și este mai puțin probabil ca tinerii să ia în considerare sfaturile vârstnicilor atunci când iau decizii importante. Astfel de atitudini față de vârstă determină factorul de identitate a vârstei să influențeze comunicarea interculturală la locul de muncă.



7. *Identitatea rolurilor*: Factorul de identitate a rolurilor se referă la diferitele roluri pe care o persoană le joacă în viața sa, inclusiv rolul de soț sau soție, tată, mamă sau copil, angajator sau angajat și așa mai departe. Modul în care doi colegi de muncă din două culturi diferite văd aceste roluri diferite influențează modul în care vor interacționa.

În ceea ce privește comunicarea interculturală, unele sfaturi pot fi găsite la:

<https://www.mindtools.com/CommSkill/Cross-Cultural-communication.htm>:

Înțelegerea diversității culturale

Având în vedere contextele culturale diferite, acest lucru aduce noi provocări privind comunicarea la locul de muncă.

Fără a intra în culturi și subculturi, pentru oameni este cel mai important să admită că o înțelegere fundamentală a diversității culturale este cheia unei comunicări interculturale eficiente. Fără a studia în mod obligatoriu culturile și limbile individuale în detaliu, trebuie să învățăm cu toții să comunicăm mai bine cu indivizi și grupuri a căror primă limbă sau limba aleasă nu se potrivește cu propria noastră limbă.

Dezvoltarea gradului de conștientizare a culturilor individuale

Este important ca angajații din culturi diferite, care comunică între ei, să practice răbdarea și să lucreze pentru a-și crește nivelul de cunoștințe și gradul de înțelegere a acestor culturi. Acest lucru necesită dezvoltarea capacității de a observa că comportamentele și reacțiile proprii ale unei persoane sunt adesea determinate din punct de vedere cultural și că, deși este posibil să nu se potrivească cu ale noastre, ele sunt adecvate din punct de vedere cultural.

Cererea de acceptare reciprocă

Cultivați și cereți acceptarea și înțelegerea reciprocă. Făcând acest lucru, o mică lecție va contribui la acceptarea reciprocă. Atunci când vă ocupați de oameni dintr-o altă cultură, curtoazia și bunăvoința pot să contribuie foarte mult la asigurarea unei comunicări reușite. Din nou, ar trebui insistat pe



acestea (curtoazia și bunăvoința). Dacă punctul dvs. de plecare în rezolvarea problemelor este să presupuneți că comunicarea a dat greș, veți descoperi că multe probleme sunt rezolvate rapid prin curtoazie și bunăvoință.

Nu vă complicați

Când comunicați, rețineți că, deși limba engleză este considerată limba internațională a afacerilor, este o greșeală să presupunem că fiecare persoană vorbește bine engleza. Când comunicați dincolo de cultură, faceți efortul de a menține comunicarea clară, simplă și lipsită de ambiguitate.

Și (din păcate) evitați umorul până când știți că persoana cu care comunicați "înțelege" și nu este jignită de folosirea umorului. Umorul este notoriu ca fiind specific fiecărei culturi (multe lucruri care sunt considerate umoristice într-o cultură pot fi văzute ca fiind ofensatoare în alta).

Și, cereți ajutorul dacă aveți nevoie

În cele din urmă, dacă existența barierelor lingvistice este înțeleasă, este în interesul tuturor să folosească diferite metode pentru a-și dezvolta cunoștințele de limbi străine:

- discutați cu colegii dvs. despre vocabularul pe care doriți să-l înțelegeți
- utilizați platformele online pentru îmbunătățirea abilităților de comunicare în limbi străine
- participați la seminarii sau cursuri scurte
- discutați cu un translator de încredere și cu experiență.

Puteți găsi mai multe informații și sfaturi despre comunicarea interculturală aici:

Comunicarea interculturală la locul de muncă:

<https://www.youtube.com/watch?v=UjaNLnWl6o>



Valerie Hoeks – business women din Amsterdam

<https://www.youtube.com/watch?v=VMwjscSCcf0>

Pellegrino Ricardi

<https://www.youtube.com/watch?v=YMyofREc5Jk>

Julien S. Bourrelle

<https://www.youtube.com/watch?v=l-Yy6poJ2zs>

1.3 Curricula pentru toți - curricula pentru persoane fizice

La nivel mondial, sosirile turiștilor internaționali au crescut cu 3% în 2017 la 1,3 miliarde de călători și se așteaptă să crească cu 3,3% pe an între 2010 și 2030 pentru a ajunge la 1,8 miliarde până în 2030 (UNWTO). Prin urmare, cunoașterea unei limbi străine este probabil cel mai important element din sectorul turistic pentru o bună comunicare și satisfacția clienților. "Principalul lucru este să poți purta o conversație și să înțelegi nevoile clienților".

Engleză, ca limbă des folosită în lume, joacă un rol crucial în apropierea dintre culturi. Această opinie este confirmată de secretarul de stat pentru educație și ocuparea forței de muncă al Regatului Unit, acesta subliniind importanța învățării limbilor străine: "Nu există nici o îndoială că, în ciuda dominării limbii engleze ca limbă mondială, abilitatea de a vorbi altă limbă - sau mai multe limbi - este din ce în ce mai importantă în economia competitivă și globală" (Blunkett, 1998, p. 1). Engleza este considerat principalul instrument lingvistic care trebuie utilizat în diferite situații, în comerț și afaceri. Pentru a dezvolta o industrie durabilă a turismului, este important să se promoveze utilizarea limbii engleze în locurile în care se face turism, inclusiv în rândul personalului implicat în sectorul turismului. Engleza este folosită ca un mijloc de a transfera gândurile și culturile și de a crea relații bune între oamenii



din diferite țări. Drept urmare, engleza a devenit o limbă internațională și este folosită pe scară largă, ca mijloc de înțelegere și schimb de idei în rândul oamenilor din întreaga lume (Prachanant, 2012).

În industria turismului, sarcinile angajaților presupune să fie capabili să răspundă întrebărilor și solicitărilor clienților, să ajute clientul în a face alegeri, să facă recomandări, să îndrume, să vândă sau să facă rezervări și să colecteze date, toate acestea urmând eventual să fie comunicate și cu colegii străini, inclusiv înțelegerea mesajelor verbale sau ale celor scrise etc.

Engleza pentru turism este considerată atractivă deoarece mulți oameni vor ajunge în situația de a fi turist cel puțin o dată în viață. În plus, învățarea limbii engleze în scopuri turistice este crucială pentru cei care lucrează într-un sector cu relații de tipul client-gazdă, cum sunt cei din hoteluri, agenții de turism, restaurante, centre de informare și atracții turistice. Angajații din industria turismului lucrează pentru a face clienții să se simtă confortabil.

Comunicarea în limbi străine are nevoie de aceleași abilități ca comunicarea în limba maternă: se bazează pe abilitatea de a înțelege, exprima și interpreta concepte, gânduri, sentimente, fapte și opinii, atât în formă orală cât și scrisă (ascultare, vorbire, citire și scriere) într-o gamă adecvată de contexte sociale și culturale (în educație și formare profesională, muncă, acasă și petrecerea timpului liber) în funcție de dorințele sau nevoile fiecăruia. Comunicarea în limbi străine solicită, de asemenea, competențe precum medierea și înțelegerea interculturală. Nivelul de competență lingvistică a unui individ va varia între cele patru dimensiuni (ascultare, vorbire, citire și scriere), între diferite limbi și în funcție de mediul social, cultural, mediu, nevoi și / sau interese (www.ec.europa.eu).

Conform rezultatelor unui sondaj realizat în IMM-urile din domeniul turismului, nevoile de învățare privind vorbirea și scrierea într-o limbă străină au fost evaluate de către manageri. S-a constatat că managerii care au răspuns la chestionar au considerat că (TourSME, 2017):

- scrierea într-o limbă străină este foarte semnificativă-17,6%
- vorbirea cu clienții într-o limbă străină este foarte semnificativă- 71,4%



După cum se poate observa, un procent mare de manageri consideră că comunicarea angajaților cu clienții în limba engleză este foarte importantă. Este chiar obligatorie pentru anumite posturi, cum ar fi recepționar, barman sau ospătar, pentru a înțelege pe deplin nevoile clienților și pentru a putea oferi informații sau soluții.

În prezent, formarea profesională este cel mai important factor din lumea afacerilor, deoarece instruirea crește eficiența și eficacitatea angajaților și a organizațiilor. Performanța angajatului depinde de diferiți factori, dar cel mai important factor al acestuia este instruirea, care sporește capacitățile angajaților (Khan et al., 2011). Într-o organizație sunt efectuate evaluări ale nevoilor pentru a analiza zonele cu probleme și pentru a identifica strategiile posibile de soluționare. Dacă nevoia identificată este instruirea, atunci este elaborat un program de formare, care începe cu recunoașterea nevoilor și metodelor de instruire, continuă cu formarea propriu-zisă și, ulterior, ajunge la evaluarea formării.

Ce este curriculum?

Termenul de curriculum se referă la lecțiile și conținutul academic predat într-o școală sau într-un anumit curs sau program de învățare. În dicționare, curriculumul este adesea definit ca fiind cursurile oferite de o școală, dar este rar folosit într-un sens atât de general în școli. În funcție de modul în care educatorii definesc sau folosesc în general acest termen, curriculum-ul se referă în mod obișnuit la cunoștințele și aptitudinile pe care elevii urmează să le învețe, care includ standardele de învățare sau obiectivele de învățare pe care educatorii se așteaptă ca elevii să le îndeplinească; unitățile de învățare și lecțiile pe care profesorii le predau; sarcinile și proiectele acordate studenților; cărțile, materialele, videoclipurile, prezentările și lecturile utilizate într-un curs; testele, evaluările și alte metode utilizate pentru a evalua învățarea elevilor. Un curriculum individual al unui profesor conține, de exemplu, standardele specifice de învățare, lecțiile, sarcinile și materialele utilizate pentru organizarea și predarea unui anumit curs (<https://www.edglossary.org/curriculum/>).

Conceptul de "curriculum" are sensuri diferite în diferitele cercetări în domeniul educațional, deoarece există diferite tipuri de curriculum. Potrivit Doll (1982), următoarele definiții sunt acceptate pentru termenul "curriculum" (Niekerk, 2003):



- ce se predă?
- cum se predă?
- materialul profesorului,
- materialul studenților,
- experiențe școlare,
- toate experiențele și
- o combinație a elementelor din această listă.

Huang (2008) a construit un model cuprinzător pentru curriculum-ul de limbă engleză pentru scopuri specifice care se aplică în cazul ospitalității și turismului în Marea Britanie (Zahedpisheh et al., 2017):

În industria turismului, angajații trebuie să demonstreze abilități de citire, ascultare, vorbire și scriere în limbi străine, la un nivel suficient de bun, pentru a putea explica termenii specifici acestui domeniu. Când lucrează în industria turismului, angajatul repetă mai multe fraze de mai multe ori în timpul zilei de lucru, iar vocabularul din turismul englez este mai formal și politicos decât în engleza obișnuită. În toate departamentele, o mare parte a timpului, angajatul răspunde la întrebări despre locație, împrejurimi, mediul, etc.

”Calificarea profesională în industria turismului” (2009) subliniază importanța, pentru atingerea cerințelor aptitudinilor profesionale, a următoarelor abilități:

- sprijinirii clientului în alegerea sa
- recomandării și ghidării pentru planificarea și achiziționarea serviciilor turistice,
- vânzării și efectuării rezervărilor,
- utilizării competențelor lingvistice specifice sectorului în cadrul serviciului pentru clienți,
- obținerii de informații pentru client folosind sistemele de date din firmă,
- cooperării cu producătorii de servicii turistice



- stabilirii metodei de plată și, atunci când este necesar, a taxării sumei prin diferite metode de plată,
- asigurării satisfacției clienților,
- participării la elaborarea ghidurilor și materialelor informative,
- evaluării propriei activități.

Scopul principal al curriculumului este de a ajuta consultanții, managerii din turism și formatorii să faciliteze învățarea în întreprinderile din sectorul turism, pentru a dezvolta un sistem de învățare la locul de muncă, pentru a dezvolta un concept didactic pentru instrumentul de învățare și un curriculum pentru învățarea bazată pe video. La scrierea curriculum-ului, este esențial să se țină cont că "nu este vorba despre scrierea celor mai bune planuri sau despre dezvoltarea perfectă, ci despre satisfacerea nevoilor de învățare".

Curriculum trebuie să aibă un subiect și un obiectiv clar. Subiectul trebuie să fie adecvat pentru participanți / angajați. Dacă vi se cere să proiectați cursuri, întrebați-vă despre obiectivele generale ale instruirii.

- Ce face firma / unitatea?
- Ce anume vor?

Cea mai importantă întrebare pentru un nou proiect de curriculum este "ce vor trebui să facă participanții / cursanții / angajații pe care îi pregătesc?" Elaborarea unui curriculum trebuie să înceapă având în minte rezultatul final și să răspundă la întrebarea "ce vreau ca participanții / cursanții / angajații să fie capabili să facă?"

Există câțiva factori care ar putea juca un rol în definirea nevoilor actuale ale firmelor și pot determina obiective și rezultate pentru programul de formare. Aceștia trebuie discutați cu managerii firmei pentru a înțelege nevoile și dorințele acestora pentru programul de instruire. De asemenea, includerea angajaților în proces și înțelegerea nevoilor și dorințelor acestora este importantă.



Obiectivele sunt rezultatele generale care sunt estimate a fi realizate prin punerea în practică a formării, așa că acestea trebuie să fie realiste.

Mai jos sunt prezentate cinci etape pentru dezvoltarea unui plan de formare eficient, bazat pe modelul ADDIE. Pașii ADDIE reprezintă o orientare dinamică și flexibilă pentru construirea unei formări eficiente. Atunci când creați un plan de instruire, acesta va fi disponibil pentru a vă ajuta cu resursele, pentru a vă oferi îndrumări, pentru a vă ajuta să atingeți obiectivele de instruire (Kilmartin, 2015):

1. Analiza: Etapa identificării activităților firmei / unității / afacerii. Stadiul afacerii; este o afacere în creștere, care angajează sau o afacere cu o cifră de afaceri redusă? Acest lucru este important deoarece sunt situații diferite și nu există programe de formare care să acopere sau să se potrivească pentru toate situațiile.

Realizați analiza nevoilor de formare răspunzând la următoarele întrebări:

- Care sunt obiectivele afacerii?
- Cine sunt participanții la curs și care sunt caracteristicile lor de învățare?
- Ce sarcini trebuie să îndeplinească cursanții și ce procese de muncă au nevoie să știe și să folosească?
- Care sunt activitățile de instruire care vor ajuta angajații să deprindă sarcinile și ce opțiuni de instruire sunt disponibile?
- Care este intervalul de timp pentru finalizarea formării?

În etapa de analiză, elaborarea unei analize SWOT și obținerea de informații de la toți cei implicați, cum ar fi supervizorii, angajații, cadrele universitare etc., pentru a identifica punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările și stabilirea obiectivelor dorite ar fi de ajutor. Studiarea, pentru fiecare rol și poziție a listei de competențe, descrierii postului sau analiza locurilor de muncă este de



ajutor. O descriere a postului cuprinde atât sarcinile generale și cele specifice precum și responsabilitățile pe când analiza postului este procesul de obținere a datelor și de analizare a informațiilor. În industria turismului, majoritatea întreprinderilor au descrieri de posturi, astfel încât acestea pot fi utilizate pentru această analiză. Dacă nu, pregătirea unor descrieri este primul lucru care trebuie făcut.

2. Design: Pentru a atinge obiectivele de instruire este necesar să înțelegem responsabilitățile fiecăruia. De exemplu, pentru a comunica într-o limbă străină în turism, ar trebui colectate de la manageri răspunsurile la următoarele întrebări:

- În ce situații angajații noștri comunică în limbi străine?
- În ce departamente angajații mei au nevoie mai mult de cunoașterea unei limbi străine?
- Ce trebuie să înțeleagă?
- Ce au de spus?
- Există un vocabular profesional pe care trebuie să îl folosească în timpul comunicării?

Împreună cu răspunsurile primite și cu rezultatele din faza de analiză, creați un plan de instruire urmând pașii următori:

- Un prim pas critic este definirea obiectivelor de învățare : Obiectivele instruirii trebuie să fie întotdeauna măsurabile, astfel încât elevii să poată fi evaluați.
- Apoi, alegeți pentru fiecare obiectiv de învățare și grup cea mai adecvată metodă de formare.
- Luați în considerare evaluările.
- Ține-ți cont de persoana care dirija și / sau livra instruirea.

Caracteristicile cursanților au un rol crucial în elaborarea planului și în aplicarea principiilor de învățare a adulților. Unele dintre aceste principii sunt listate mai jos (<https://www.convergencetraining.com>): Cursanții adulți:



- Sunt auto-direcționați
- Vin la instruire având un bagaj de cunoștințe, experiență și opinii
- Sunt orientați spre obiective
- Doresc o instruire relevantă pentru locul de muncă
- Doresc o instruire orientată pe sarcini
- Au învățat atunci când văd "ce este în.."

3. Dezvoltare: Etapa intermediară de revizuire a programului de formare în funcție de nevoile specifice, schimbările tehnologice și de condițiile de instruire. În timpul instruirii, progresul participantului trebuie monitorizat pentru a ne asigura că programul este eficient. În general, fazele de proiectare și dezvoltare sunt suprapuse iar activitățile de instruire trebuie selectate pentru a pregăti materialele, media etc. adecvate.

4. Implementare: Faza de implementare este etapa în care programul de instruire prinde viață. Organizațiile trebuie să decidă dacă instruirea va fi efectuată intern sau va fi coordonată extern. Implementarea programului include programarea activităților de instruire și organizarea oricăror resurse conexe (facilități, echipament, suport de curs etc.). Programul de formare este apoi lansat oficial, promovat și ghidat. În timpul instruirii, progresul participanților trebuie monitorizat pentru a ne asigura că programul este eficient.

5. Evaluare: După cum s-a menționat anterior, programul de instruire trebuie să fie monitorizat în permanență. La final, întregul program trebuie evaluat pentru a determina dacă a avut succes și s-au îndeplinit obiectivele de formare. Trebuie să se primească feedback din partea tuturor părților interesate pentru a determina eficacitatea programului și a instructorilor, precum și gradul în care s-au acumulat cunoștințele și s-au dobândit competențele. Analizând acest feedback, organizația va identifica eventualele deficiențe ale programului. În această etapă, dacă obiectivele nu sunt atinse



sau așteptările nu sunt împlinite, programul de instruire sau planul de acțiune poate fi revizuit (www.explorance.com).

Evaluarea este adesea privită de pe patru nivele diferite (McNamara, 2018):

- Reacție: Ce simte elevul cu privire la formare?
- Învățare: Ce fapte, cunoștințe etc. a obținut elevul?
- Comportamente: Ce abilități a dezvoltat elevul, pe care dintre informațiile noi le utilizează elevul la locul de muncă ?
- Rezultate și eficacitate: Ce rezultate au apărut, adică, elevul a aplicat noile abilități sarcinilor adecvate în cadrul organizației? și, dacă da, ce rezultate au fost obținute?

1.4 Monitorizarea învățării: matricea obiectivelor de învățare, monitorizarea rezultatelor

Următoarele definiții explică cele 2 funcții separate, dar în același timp integrate, ale monitorizării și evaluării.

Monitorizarea programului reprezintă documentarea sistematică asupra aspectelor performanțelor unui program, care indică dacă programul funcționează după cum a fost conceput sau conform unor standarde corespunzătoare. Monitorizarea are în vedere performanțele programului în legătură cu procesele ori rezultatele programului sau ambele.

Evaluarea reprezintă un proces de examinare atentă a programului și determinare a valorii acestuia. Evaluarea permite celor care iau decizii să emită judecăți asupra programului, să îmbunătățească eficiența programului și/sau să informeze asupra programelor viitoare

(www.health.nsw.gov.au). Evaluarea determină gradul de atingere a obiectivelor propuse. Aceasta are în vedere nu numai rezultatele, ci și activitățile de implementare.



Monitorizarea și evaluarea ajută la îmbunătățirea performanțelor, respectiv atingerea rezultatelor și trebuie să fie parte integrantă a monitorizării performanței generale a unei organizații. Rezultatele monitorizării și evaluării oferă informații de care organizația are nevoie pentru a merge înainte și a se asigura de faptul că obiectivele și rezultatele așteptate ale învățării și oportunităților de dezvoltare au fost clare de la început (www.essexsab.org.uk).

McCormick and James (1983) consideră evaluarea importantă din următoarele motive (Niekerk, 2003):

- oferă o modalitate de apreciere a rezultatelor,
- promovează dezvoltarea profesională și îmbunătățirea organizațională, respectiv
- facilitează examinarea/ revizuirea curriculumului.



Instrumentul 1: Exemplu de matrice la nivelul afacerii

		Nivel de complexitate	Nivel de vocabular necesar	Nivel gramatical necesar	Videoclip Nr
Recepție	Recepționar	Ridicat	Avansat	Avansat	
	Rezervări	Ridicat	Avansat	Avansat	
	Administrație	Ridicat	Avansat	Intermediar	
	Portar	Scăzut	De baza	De baza	
	Personal de serviciu	Mediu	Intermediar	Intermediar	
Restaurant	Directorul de restaurant	Ridicat	Avansat	Avansat	
	Șeful de sala	Ridicat	Avansat	Avansat	
	Ospătar / ospătăriță	Ridicat	De baza	Intermediar	
	Asistent ospătar/ ospătăriță	Scăzut	De baza	De baza	
	Ajutor barman	Mediu	Intermediar	Intermediar	
	Barman	Ridicat	Avansat	Avansat	
Curățenie		Scăzut	De baza	De baza	
Securitate		Scăzut	De baza	De baza	
Tehnic		Scăzut	De baza	De baza	
Relații cu clienții		Ridicat	Avansat	Avansat	
Divertisment		Ridicat	Ridicat	Intermediar	
Agenzie de turism	Agent turism	Ridicat	Avansat	Avansat	
.....					



Instrumentul 2: Exemlu de matrice la nivel individual

	Funcționar recepție	Funcționar rezervări	Administrație	Portar	Personal de serviciu	Director restaurant	Șef de sala	Ospătar/ ospătăriță	Ajutor ospătar/	Ajutor barman	Barman	Curățenie	Securitate	Tehnic	Relații cu clienții	Divertisment	Agent turism	...
Înțelegerea oaspeților	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	2	1	3	3	3	
Comunicarea cu oaspeții	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	2	1	3	3	3	
Cunoașterea termenilor de specialitate	3	3	3	1	2	3	3	3	1	2	3	1	1	1	3	3	3	
Formularea de întrebări	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	2	1	3	3	3	
Formularea de recomandări și ghidarea oaspeților	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	1	1	3	3	3	
Prezentare personală	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Descrierea serviciilor	3	3	3	1	2	3	3	3	1	2	3	1	1	1	3	3	3	
Scrierea e-mail-urilor	3	3	3	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	3	
Răspuns la apelurile telefonice	3	3	3	1	2	3	3	3	1	2	3	1	1	1	3	3	3	
...																		

1: Mai puțin important, 2: Important, 3: Foarte important



Instrumentul 3: Matricea abilităților lingvistice în afaceri

		Vorbire	Citire	Scriere	Ascultare
Departament recepție	Recepționar	3	3	3	3
	Rezervări	3	3	3	3
	Administrație	3	2	2	3
	Portar	1	1	1	1
	Personal de serviciu	2	1	1	2
Restaurant	Director restaurant	3	3	3	3
	Șef de sala	3	3	2	3
	Ospătar/ ospătăriță	2	1	1	2
	Ajutor ospătar/ ospătăriță	1	1	1	1
	Ajutor barman	2	3	3	2
	Barman	3	2	2	3
Curățenie		1	1	1	1
Securitate		1	1	1	1
Tehnic		1	1	1	1
Relații cu clienții		3	3	3	3
Divertisment		3	3	2	3
Agenție turism	Agent de turism	3	3	3	3
.....					

1: Mai puțin important, 2: Important, 3: Foarte important



Referințe

- Blunkett, D. (1998). Foreword. Modern foreign languages. A response by the Department of Education and Employment to the final report and recommendations of the Nuffield Languages Inquiry. Department of Education and Employment, London, p. 1.
- Bottery, M. (2000). Education, policy and ethics. London: Continuum
- Chang J. (2006). Globalization and English in Chinese higher education. *World Englishes*, 25(3/4), 513-525.
- Khan, R. A. G., Khan, F. A., & Khan, M. A. (2011). Impact of training and development on organizational performance. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(7).
- Kilmartin, L. (2015). 5 steps to developing an effective training plan (www.helpx.adobe.com)
- Kirkgöz, Y. (2009). Globalization and English language policy in Turkey. *Educational Policy*, 23(5), 663-684.
- Kirkpatrick, D. L. (1976). Evaluation of training. In R. L. Craig (Ed.), *Training and development handbook: A guide to human resource development*. New York: McGraw Hill.
- Kirkpatrick, D. L. (1994). *Evaluating training programs: the four levels*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Leslie, D., & Russell, H. (2006). The importance of foreign language skills in the tourism sector: A comparative study of student perceptions in the UK and continental Europe. *Tourism Management*, 27(6), 1397-1407.
- Martin, B. O., Kolomitro, K., & Lam, T. C. (2014). Training methods: A review and analysis. *Human Resource Development Review*, 13(1), 11-35.
- Prachanant, N. (2012). Needs analysis on English language use in tourism industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 66, 117-125.
- Tetik, N. (2016). Tourism guidance students' attitudes towards the English language course. *International Journal of Education and Research*, 4(3), 271-284.
- TouriSME (2017). Self Responsible Learning of Key Competences in Tourism SME a Mean to Improve Competitiveness and Employment (2014-1-RO01-KA202- 002766).
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). www.unwto.org



Van Niekerk, M. (2003). *The Development of a Tourism Curriculum Evaluation Model for Secondary Schools* (Doctoral dissertation, North-West University, Potchefstroom Campus).

Vocational Qualification in The Tourism Industry (2009). Finnish National Board of Education

Zahedpisheh, N., Abu Bakar, Z. B. & Saffari, N. (2017). English for Tourism and Hospitality Purposes (ETP). *English Language Teaching*, 10 (9), 86-94.

<https://www.convergencetraining.com>

<https://ec.europa.eu/education/>

www.explorance.com

<https://www.edglossary.org/curriculum/>

www.health.nsw.gov.au

www.essexsab.org.uk



Capitolul 2: Abilități de facilitare a învățării limbilor străine

Doi clienți vin la un bar. Unul arată morocănos, merge la bar și întreabă barmanul cu o voce furioasă și serioasă: Crezi că ai putea să-mi faci o cafea? Celălalt intră cu un zâmbet mare pe față, vine la bar și spune cu o voce foarte amabilă, dar cu un accent puternic: cafea?

Cine a spus mai bine? Al doilea, bineînțeles, deși nu vorbește prea mult engleza.

Nu uitați niciodată că ZÂMBETUL este universal, folosit în toate limbile. Cu atitudinea corectă puteți face foarte mult chiar dacă aveți o cunoaștere limitată a limbii. Zâmbiți, fiți politicoși și amabili și veți putea să comunicați foarte mult.

Un alt lucru care trebuie avut în vedere: să știți ca NU se va râde niciodată de dvs. pentru că ați făcut o greșală atunci când vorbiți engleza. Oamenii apreciază efortul pe care îl depuneți și ambele părți (nu numai dumneavoastră ca angajat în turism) încearcă tot posibilul pentru a se înțelege reciproc. Uitați de întrebarea: Este corect? Dacă oamenii vă înțeleg, este corect, dacă nu, vă vor întreba din nou. A vorbi engleza nu înseamnă doar a folosi o gramatică corectă - este vorba despre transmiterea mesajului dvs. către ceilalți. Nu vă faceți griji cu privire la folosirea timpurilor corecte sau a terminațiilor - vorbind, veți fi din ce în ce mai bun. Folosiți orice ocazie de a vorbi cu oamenii și să nu credeți că toată lumea vorbește mai bine decât voi pentru că nu este cazul. Fiți încrezător, puteți să o faceți!

Mult succes cu învățarea unor fraze utilizate în contextul turismului și distracție plăcută!



2.1 Ce ar trebui să știe facilitatorul pentru a organiza învățarea

- cum să folosească metode atractive pentru învățare

Facilitatorul trebuie să știe că învățarea unei limbi străine nu este/nu trebuie să fie plictisitoare.

Dimpotrivă, folosirea unor tehnici diferite, imaginația, asocierea și glumele (dacă este cazul) pot să facă acest demers distractiv. Facilitatorii pot crea povești din scene de viață reale. Odată incluse în scenele de pe platforma TourENG, ele pot aduce mult mai multă distracție utilizatorilor finali iar aceștia vor fi mai interesați să învețe noi scene.

- cum să prezinte un program care să arate atractiv pentru utilizatori

În primul rând facilitatorii trebuie să cunoască programul și cum să îl folosească. Dacă ei prezintă platforma TourENG ca un instrument modern de învățare a limbii engleze, utilizabil în grup și pe cont propriu, acest lucru va declanșa interes pentru utilizatorii finali. Este important să explicăm faptul că programul TourENG nu este doar un simplu program pentru învățarea limbii engleze, ci și pentru alte deprinderea unor alte abilități, precum utilizarea telefonului mobil. Programul TourENG include, de asemenea, diferite jocuri care fac această aplicație mai prietenoasă și mai distractivă.

- de ce oamenii ar trebui să folosească acest program pentru învățare

Există numeroase avantaje ale programului TourENG. Este important ca facilitatorii să știe că utilizatorii finali nu au nevoie să învețe regulile lingvistice. Ei pot începe să învețe tematicile de care sunt interesați, iar acele scene sunt deja pregătite și filmate pentru persoanele care lucrează în turism.

- prezentarea diferenței dintre învățarea clasică și învățarea instantanee

Când se află în contact cu utilizatorii finali, facilitatorii vor introduce programul TourENG ca sistem de învățare rapidă. Oamenii nu trebuie să respecte reguli specifice și un calendar exact pentru învățare.

- prezentarea diferitelor programe pentru a continua învățarea

Învățarea cu programul TourENG nu se va încheia cu ultima scenă. Este doar baza pentru a învăța abilități de bază cum ar fi utilizarea calculatoarelor, smartphone-urilor, conectarea la Wi-Fi, introducerea parolilor și utilizarea diferite jocuri pentru învățare.



2.2 Scopul programului

Scopul programului este de a încuraja oamenii să învețe unele dintre cele mai frecvente fraze engleze folosite în industria turismului. Este destinat persoanelor cu cunoștințe limitate de limbă engleză și care dispun de puțin timp pentru a studia. Deși oferă numai exemple din scenele de turism, cunoștințele generale ar trebui să fie obținute și în alte moduri - fie că participați la un curs de limba engleză, fie că învățați online prin diferite aplicații cum ar fi DuoLingo <https://en.duolingo.com/>, <https://en.duolingo.com/> : [//www.rosettastone.eu/](https://www.rosettastone.eu/), Babbel https://uk.babbel.com/?locale=ro_GB sau Book2 <https://www.goethe-verlag.com/book2/> (lista nu este exhaustivă, există mai multe opțiuni).

Una dintre problemele învățării pe cont propriu este aceea că elevii sunt, de obicei, foarte entuziasmați atunci când încep, dar apoi încet, încet, motivația scade și apoi, foarte des, pur și simplu oamenii uită de asta. De aceea este dificil să înveți singur. Participarea la un curs oferă uneori mai multă motivație (dacă trebuie să plătești pentru ceva, ești mai motivat să finalizezi acel lucru). Oricum, ideea de a dobândi capacitatea de a lucra cu turiștii și oaspeții este o motivație puternică, deoarece le oferă oamenilor mai multă încredere în ei înșiși, vor simți că au mai mult succes la locul de muncă și, de asemenea, viața lor personală.

Acest program ia în considerare toate cele de mai sus. Limba predată este luată din situații foarte tipice, iar videoclipurile arată situațiile într-un mod atractiv, accentul fiind pus pe ascultare și repetare. Aceasta înseamnă că este posibil să învățăm fraze esențiale într-o perioadă foarte scurtă de timp. Programul este împărțit pe tipuri de subiecte (bar, recepție, hotel, check-in, check-out ...), astfel încât elevii să poată alege acelea care sunt relevante pentru ei. Elevii vor câștiga cunoștințele mult mai repede decât prin învățarea clasică în școli sau cursuri de limbi străine.

Fără îndoială, acesta este doar începutul. Când elevii vor stăpâni frazele învățate, aceștia vor putea continua întotdeauna prin mai multe metode convenționale de învățare, fie online, fie prin cursuri la



domiciliu sau în străinătate într-o țară în care se vorbește engleza. Ei vor fi, de asemenea, mult mai încrezători atunci când călătoresc singuri.

2.3 Conștientizarea relevanței competențelor – cheie ale facilitatorilor

Iată competențele cheie ale facilitatorilor:

- **capacitatea de comunicare**

Facilitatorii trebuie să știe cum să comunice cu grupul. Ei trebuie să vorbească cu oamenii și să sublinieze avantajele învățării și cooperării în cadrul grupului.

- **abordare pozitivă**

Este important ca facilitatorii să se adreseze utilizatorilor finali cu empatie și cu o atitudine pozitivă.

- **cunoștințe despre diferite programe**

Facilitatorul va ști cum să utilizeze diferite programe pentru învățarea limbii engleze și le va prezenta utilizatorilor finali.

- **cunoștințe despre tematicile de lucru**

Facilitatorii trebuie să cunoască situația din turism și problemele generale apărute la locul de muncă. Aceștia pot dobândi cunoștințe în domeniu vorbind cu utilizatorii finali. Odată ce cunosc situația, ei pot direcționa utilizatorii spre scenele potrivite pentru practică.

- **disciplina și auto-disciplina**

Facilitatorul trebuie să înțeleagă de ce este foarte importantă auto-disciplina. Elevii ar trebui să înțeleagă că disciplina poate aduce progrese. Chiar și repetarea unui singur cuvânt pe zi înseamnă 360 de cuvinte sau propoziții la sfârșitul anului, ceea ce este suficient pentru conversația de bază.

- **motivație**

La început, facilitatorul trebuie să motiveze elevii. Dacă va realiza lecțiile folosind o abordare motivațională, precum folosirea unor povestiri diferite, încurajarea prietenoasă (inclusiv a umorului, dacă este cazul) și exemplele din practică, utilizatorii finali vor avea o motivație mai mare și vor asimila mai ușor cunoștințele.

- **abilitatea de a lucra în grup**



Facilitatorul trebuie să înțeleagă avantajul învățării într-un grup și să transfere aceste cunoștințe utilizatorilor finali. În grup, utilizatorii finali își pierd teama de a vorbi într-o limbă străină și se pot corecta reciproc, etc.

- **abilitatea de a utiliza diferite canale media și tehnologii moderne**

Facilitatorul trebuie să cunoască diferite canale media și să le folosească, cel puțin la nivel de bază: computerul, smartphone-ul, aplicația TouENG, diferite programe pentru învățarea limbii engleze (Rosetta, DuoLingo), modul de utilizare a parolelor și modul de conectare la Wi-Fi.

2.4 Canalele de media cele mai importante

Ar trebui să existe o imagine de ansamblu asupra mediilor care pot fi utilizate: computerele, smartphone-urile etc. sunt bune, iar facilitatorii ar trebui să știe cum să le folosească. Cu toate acestea, ar trebui luate în considerare și mijloacele tradiționale, cum ar fi foile de lucru, notițele, cărțile etc.

Facilitatorul trebuie să aibă cunoștințele de bază despre cum să folosească computerul, precum și smartphone-ul. Aceste cunoștințe de bază trebuie să includă modalități de conectare la internet, inclusiv prin conexiuni fără fir, modul de utilizare a parolelor și modul de accesare a portalului cu conținutul de învățare. În plus, facilitatorii ar trebui să cunoască foarte bine portalul, modul în care este organizat și modul în care elevii pot accesa subiectele relevante pentru ei.

Cu toate acestea, nu ar trebui trecute cu vederea canalele mass-media tradiționale. Există un material nelimitat pe care elevii îl pot folosi - de la videoclipuri YouTube, la exerciții și practică pentru a asculta, vorbi și, de asemenea, pentru a citi și a scrie. Există o mulțime de foi de lucru imprimabile disponibile. Este important ca materialul suplimentar pe care elevii îl utilizează să includă răspunsuri, astfel încât elevii să poată verifica dacă răspunsurile lor sunt corecte. Nu în ultimul rând, numeroase manuale pot fi folosite și pentru auto-învățare - multe dintre ele sunt în domeniul turismului. Facilitatorul ar trebui să informeze cursantul despre toate acestea și să fie capabil să explice cum să le folosească.



Fiind familiarizat cu tehnologia de bază, facilitatorul nu numai că poate sprijini cursantul cu ajutorul aplicației TourENG, dar și în general în ceea ce privește utilizarea dispozitivelor digitale, ceea ce îi va da mai multă încredere elevului și îi va ajuta să învețe. Este important să înțelegem care dintre aceste suporturi media vor fi de cel mai mare ajutor pentru utilizatorii finali.

2.5 Situații tipice de lucru

Facilitatorul ar trebui să fie conștient de situațiile tipice de comunicare în hoteluri / restaurante și să intuiască de ce tip / nivel de limbă engleză este într-adevăr necesar aici, în funcție de clienții din turism. Aici accentul ar trebui pus mai degrabă pe client decât pe experiența anterioară a facilitatorului.

Este foarte important ca facilitatorul să fie conștient de nevoile clientului și de nivelul de engleză necesar. În unele situații este suficient ca personalul să înțeleagă numai oaspeții, în timp ce alți membri ai personalului trebuie să răspundă (și folosind limba corespunzătoare)

Ce trebuie să știe facilitatorul despre situațiile de lucru:

- **fiecare facilitator trebuie să cunoască situația și problemele din restaurante și baruri:**

Fiecare facilitator înțelege cu ce probleme se confruntă personalul în baruri, restaurante și hoteluri. Ei își pot imagina stresul cauzat de neînțelegerea unei comenzi sau a dorințelor clientului. Atunci când înțeleg problema, ei pot ajuta utilizatorii finali să depună mai multe eforturi în procesul de învățare cu ajutorul aplicației.

- **fiecare facilitator va alege care domenii vor fi acoperite (hoteluri, baruri, restaurante, locuințe rurale ...)**

Facilitatorii provin din domenii de lucru diferite și au legături cu diferite organizații de turism. Este mai ușor pentru fiecare persoană să decidă ce fel de situație de lucru vrea să acopere și unde. Unii dintre ei vor lucra în orașe cu baruri, restaurante, hoteluri, magazine și coafor. Alții vor lucra în zonele rurale cu hoteluri rurale, restaurante locale, baruri locale și case de închiriat locale.



- **facilitatorul trebuie sa cunoască situațiile tipice de lucru în restaurante, baruri, hoteluri, piscine, cazare rurală**

Facilitatorul trebuie să știe cum să ia o comandă pentru alimente sau băuturi, care sunt cuvintele uzuale pentru diferite produse alimentare, cum să informeze oaspeții să aștepte sau să aducă o altă persoană. Aceasta este politețea de bază pentru a lucra cu oaspeții. Este bine ca utilizatorii să cunoască expresii pentru băuturi și gustări, cum să facă rezervări pentru o masă, cum să gestioneze situația dacă ceva nu este disponibil și cum să facă față plângerilor. De asemenea, trebuie să prezinte modalități de a fi politicoși, ce gesturi corporale ar trebui să utilizeze sau nu și ce aduce un zâmbet oamenilor.

2.6 Experiența în învățarea limbilor străine

Experiența anterioară în procesul de învățare a limbilor străine este esențială pentru ca facilitatorii sunt astfel conștienți de dificultățile întâmpinate de studenți. Experiența în predarea limbilor străine este un avantaj. În mod obișnuit, adulții sunt de părere că nu sunt buni în învățarea limbilor străine și spun lucruri precum: nu sunt destul de talentat, engleza a fost întotdeauna punctul meu slab, sunt prea bătrân ca să învăț

Este important ca facilitatorii să spună potențialilor cursanți că toată lumea este capabilă să dobândească cunoștințe de bază, că nu este posibil să dobândești rapid abilitatea de a vorbi o limbă străină. Este adevărat că unii oameni își pot aminti mai repede decât alții, dar învățarea limbilor străine este un proces lung și nimeni nu ar trebui să se aștepte să învețe și să-si amintească repede o limbă străină. Este nevoie de multă învățare și practică. Și nu este niciodată prea târziu să începeți să învățați. Unii oameni spun că memoria lor nu mai este la fel de bună ca odinioară. Nu este adevărat; oamenii au uitat doar cum să învețe. Facilitatorul ar trebui să le reamintească oamenilor cum să învețe (repetăți, revizuiți, copiați ...).

Elevii adulți se tem că oamenii vor râde de ei dacă nu vorbesc bine sau dacă fac greșeli. Facilitatorul ar trebui să-i întrebe de câte ori au râs ei de alții și, gândindu-se la asta, își vor da seama că acest lucru nu se



întâmplă deloc.

Adulții tind să fie perfecționiști. Nu este nevoie de asta pentru a vorbi o limbă străină. Mulți dintre oaspeții lor nu vorbesc foarte bine engleza - scopul este să încerce tot posibilul pentru a-i ajuta pe oaspeți, astfel încât aceștia să se simtă bineveniți, ajutați și să dorească să revină din nou.

Utilizatorii finali trebuie să fie încurajați să practice cât mai mult posibil și să încerce întotdeauna să comunice, să nu se ascundă sau să ceară altcuiva să vorbească cu oaspetele. Practica te face perfect!

O altă problemă este lipsa de timp. O mulțime de adulți vor spune că nu au timp să învețe. Dacă dedică 15 minute pe zi pentru a învăța, este perfect. De fapt, este mult mai bine decât să o faci o dată pe săptămână timp de două ore. În medie, o persoană își poate aminti între 6 și 8 secvențe în același timp. Același lucru este valabil și pentru cuvintele străine. Deci, dacă obiectivul învățării este stabilit la 6 cuvinte noi pe zi, aceasta înseamnă 40 de cuvinte noi pe săptămână și aproximativ 2000 de cuvinte pe an, ceea ce este mai mult decât suficient pentru comunicarea de bază. E suficient dacă învață 6 cuvinte pe zi și repetă toate cuvintele pe care le-au învățat până acum. Nu au nevoie de mai mult de 15 minute pe zi pentru asta.

În cele din urmă, dacă nu folosesc limba, oamenii încep să o uite, așa că este important să rămână în contact cu limba – să folosească orice ocazie de a vorbi, citi (online, cărți, reviste ...), viziona videoclipuri și filme în limba engleză (cu subtitrări în limba engleză, dacă doresc). Cu toate acestea, este important să citească, să urmărească și să asculte ceva interesant și nu plictisitor.

2.7 Experiența pe care facilitatorul trebuie să o ofere elevului

- **fiecare facilitator are propria sa experiență în învățarea / predarea limbilor străine**

Fiecare dintre facilitatori au frecventat școala în trecut și au experiența proprie cu învățarea formală. Este



bine să cunoaștem diferența dintre învățarea formală și cea informală. Dacă abordați utilizatorii finali cunoscând și explicând avantajele învățării informale, aceștia vor avea un interes mai mare în procesul de învățare.

- **facilitatorul știe ce fel de bariere au experimentat atunci când au învățat o limbă străină**

Fiecare dintre facilitatori își mai amintește ce le-a fost ușor în procesul de învățare și ce nu. Procesul informal este mult mai ușor pentru că nu există o clasificare, nu aveți nevoie de timp suplimentar și niciodată nu este prea exigent.

- **facilitatorii au propriile cunoștințe despre cum să învețe și ce este util**

Facilitatorul își amintește că și-a pierdut repede interesul de a învăța în trecut și că uneori au ajutat niște trucuri, cum ar fi folosirea de autocolante post-it cu cuvinte și punerea lor în lucruri diferite la locul de muncă pentru a învăța vocabularul. Este important să folosiți cuvintele din limba străină cât mai des posibil, cum ar fi cu colegii din timpul zilei.

- **de ce contactul cu străinii este important pentru învățarea unei limbi străine**

Folosirea constantă a unei limbi străine duce la o mai bună comunicare și o mai bună înțelegere, iar cunoașterea este mai profundă. Dacă învățați limba din experiența cu clienții străini, nu o veți uita.

- **importanța disciplinei în cazul programelor de învățare auto-dirijată**

Programele de învățare auto-dirijată necesită disciplină. Disciplina este baza vieții noastre. Dacă oamenii se disciplinează în învățare și își alocă timp pentru ei, vor începe să aibă din ce în ce mai multă încredere în ei înșiși. Ei nu învață doar limba, ci învață și utilizarea telefoanelor inteligente și a tehnologiilor aferente.

Ce este util pentru cursanți:

- **cum să vă amintiți ce funcționează**

Utilizatorii finali trebuie să-și amintească câteva lucruri despre ceea ce funcționează bine pentru învățare. Primul și cel mai important este să repetați cuvinte sau propoziții, mai ales la început și cât mai mult posibil. Trebuie să știe că cel mai mare ajutor aici este să înveți în grupuri. În al doilea rând, pot găsi câteva asocieri de cuvinte. Când au asociere, își vor aminti rapid semnificația reală.

- **cât timp vă puteți concentra**



Concentrarea pentru învățare nu durează mult, cu maximum 10 minute sau mai puțin dacă aceștia învață pe cont propriu. Din această cauză este important să știți că nu se poate învăța limba engleză în câteva ore sau într-o lună. Este foarte important ca elevii să înceapă încet și să învețe doar câteva cuvinte sau o propoziție pe săptămână. Cunoștințele învățate încet sunt mai durabile decât cunoștințele învățate într-un curs rapid.

- **ce este util și ce nu este**

Pentru începători este important să știe că cunoștințele de bază sunt suficiente pentru conversația de bază. Este mai bine să dai un zâmbet mare decât să vorbești engleza perfectă.

- **importanța consolidării cunoștințelor (repetarea)**

După ce ați învățat cuvinte sau propoziții într-o limbă străină, trebuie să o utilizați. Încercați să le utilizați în viața reală și încercați să nu evitați oaspeții străini. Odată ce veți trece de bariera de vorbire, veți începe să învățați cuvintele în mod automat și fără efort. Repetarea și contactul permanent cu limba vorbită și scrisă este esențială. Platforma TourENG este perfectă pentru revizuire.

- **importanța păstrării cunoștințelor la nivelul dobândit**

Cu toate acestea, nu vă veți aminti o viață întreagă cuvintele pe care le învățați. Dacă nu le folosiți, le veți uita repede. Acesta este motivul pentru care este important să păstrați limba "în viață" și să folosiți orice ocazie pentru a o vorbi. De asemenea, este important să fiți la curent cu aplicația TourENG pentru a vă reîmprospăta abilitățile de bază în limba engleză.

2.8 Cunoașterea programelor de învățare auto-dirijată

Există mai multe avantaje ale programelor de auto-învățare: ele sunt gratuite (sau la prețuri rezonabile), puteți alege când și unde doriți să învățați, nu trebuie să călătoriți pentru a participa la un curs, puteți învăța cu prietenii și puteți să repetați programul ori de câte ori doriți.

Unele dintre programele de auto-învățare online au fost menționate. Duolingo este o aplicație gratuită care facilitează învățarea unei limbi străine. Babbel este similar, dar cu o taxă, în timp ce Rosetta Stone



este convenabil, deoarece nu trebuie să fii online. Există și alte câteva disponibile.

Cu toate acestea, există un dezavantaj - trebuie să înțelegi limba în care se dau instrucțiunile (de exemplu, dacă doriți să învățați limba spaniolă, alegeți limba engleză ca limbă de predare). Germana este bine acoperită, în timp ce altele, precum slovena, turca și româna, nu sunt.

Un alt dezavantaj este motivarea. La început, oamenii sunt foarte motivați, dar ei renunță adesea dacă nu sunt monitorizați. Facilitatorii ar trebui, prin urmare, să încurajeze stabilirea obiectivelor, să creeze competitivitate într-un grup, să monitorizeze progresul și să ofere mici premii pentru cei care au reușit.

Și nu în ultimul rând - este extrem de important să le spunem elevilor (și facilitatorilor) că Google Translate este o mașină care nu poate gândi. Este foarte util atunci când vrei să înțelegi ceva într-o limbă pe care nu o cunoașteți deloc și cu ajutorul lui veți puteți înțelege ideea de bază a textului respectiv, dar în nici un caz nu ar trebui să fie folosit pentru a traduce ceva. Dicționarele trebuie folosite pentru verificarea cuvintelor (multe dintre ele sunt disponibile online gratuit - cum ar fi PONS, Onelook.com).

Pentru a rezuma, auto-învățarea este extrem de utilă, poate economisi o grămadă de bani și timp, dar cele de mai sus ar trebui luate în considerare.

2.9 Cunoștințe despre încurajarea învățării în grupuri

După cum am menționat deja, o problemă în auto-învățare poate fi motivația, care poate fi rezolvată prin învățarea într-un grup, crearea unei competiții prietenoase sau crearea de jocuri care pot fi jucate online sau în grup. Unul dintre principalele avantaje ale învățării într-un grup este că oamenii văd că și alții au aceleași probleme, fac aceleași greșeli și nu-și pot aminti lucrurile imediat; învățarea din greșelile altcuiva este un factor de motivare.



Repetarea poate fi făcută împreună, de asemenea sub formă de jocuri diferite (de exemplu, memorie, secvențe, cuvinte ghicitoare, potrivire, categorii ...), ceea ce este distractiv și contribuie la învățare. În plus, ajută la crearea unei atmosfere de grup, a sentimentului de apartenență la o echipă, se facilitează rezolvarea problemelor ... când joacă un joc, oamenii se concentrează pe joc și "uită" că sunt timizi și încep să vorbească.

Învățarea în grupuri permite jocul de rol, care este extrem de important în învățarea limbilor străine. Este, de asemenea, mult mai ușor să vorbești în grup decât atunci când cineva învață de unul singur, deoarece este dificil să vorbești cu tine însuși.

De ce este importantă învățarea în grup:

- **învățarea în grup este mai interesantă și mai distractivă**

Oamenilor care nu dețin anumite abilități le este deseori frică să înceapă ceva nou și se team de greșeli. Dacă sunt singuri, învățarea nu este distractivă și interesantă. Dar când sunt în grup, sunt mai încrezători, mai ales când sunt cu colegii lor.

- **utilizarea unei singure aplicații mobile în grup**

Dacă trebuie să învețe singuri, este mai puțin interesant și uneori plictisitor. Dar când se utilizează o aplicație într-un grup, este necesar un singur telefon mobil. Acest lucru oferă siguranță anumitor persoane, deoarece nu există niciun pericol de a face greșeli singuri. În grup, membrii se încurajează unul pe altul.

- **învățarea obișnuită este, de asemenea, bună pentru construirea unei echipe**

Învățarea împreună și folosirea unei singure aplicații este foarte bună pentru crearea unui spirit de echipă. Oamenii încep să construiască legături puternice între ei. Când se verifică progresul învățării, toată lumea trebuie inclusă. Învățarea în grup este același lucru cu a construi o echipă. Participanții se încurajează între ei și învață din greșeli comune.



2.10 Încurajarea și atitudinea pozitivă

Promovați o atitudine pozitivă: nu vă concentrați asupra a ceea ce nu puteți face (nu vorbesc o engleză perfectă) ci despre ceea ce puteți face (cunosc câteva fraze utile) și pe ce puteți face cu acest lucru (mă pot exprima folosind aceste fraze și pot oferi un mare zâmbet care îi face pe clienți să se simtă bineveniți), dar mă voi dezvolta întotdeauna și îmi place să învăț lucruri noi. Aceasta este atitudinea pozitivă necesară în turism. Managerii, colegii și profesorii trebuie, de asemenea, să înțeleagă: nu dezamăgiți oamenii, arătându-le ce nu pot face / câte greșeli fac, ci încurajați-i și asumați-vă responsabilitatea de a-i învăța, oferindu-le suport și de a le oferi un bun model.

De ce facilitatorii ar trebui să încurajeze oamenii:

- **ajută la îmbunătățirea auto-disciplinei**

Disciplina de sine este foarte dificil de obținut, mai ales la început. Din acest motiv, este important să încurajați oamenii la început sau să îi stimulați ușor. Pe măsură ce sunt obținute rezultatele, oamenii sunt satisfăcuți, ceea ce aduce, de asemenea, o întărire a auto-disciplinei.

- **oamenii lucrează mai bine dacă cineva îi susține**

Oamenii, când încep să învețe ceva nou, își pierd rapid interesul și întrerup procesul, deoarece nu au putut vedea rezultatele imediat sau sunt nerăbdători. Din acest motiv, este foarte important ca facilitatorul să le acorde sprijin și atenție.

- **este parte a comunicării și a conexiunii sociale**

Când facilitatorii încurajează oamenii, aceștia se simt conectați cu societatea și cu alții. Din acest motiv, este important ca facilitatorii să întrebe uneori utilizatorii cum merg lucrurile, cât de mult au învățat și cum se simt.

- **oamenii se simt mai importanți**

Când facilitatorii comunică cu utilizatorii finali, aceștia se simt mai importanți deoarece știu că facilitatorului le pasă de ei și că nu sunt singuri.

- **se îmbunătățesc cunoștințele și dezvoltarea personală**

Când facilitatorii încurajează oamenii, ei recunosc că cunoștințele elevilor cresc cu fiecare



întâlnire. Este bine să le arătăm utilizatorilor finali diferențele dintre cunoștințele lor la început și după aceea și să îi încurajăm să vadă periodic progresul pe care l-au realizat.

- **crează un start bun**

Încurajarea oamenilor este cea mai importantă la început. Dacă atunci ceva nu merge bine, utilizatorii finali renunță și nu sunt interesați să învețe mai mult. Mai târziu, este suficient doar să se verifice progresul periodic.

- **rezultatele sunt mai bune, mai rapide și mai durabile**

Când oamenii sunt încurajați, ei își apreciază propriul efort. Este o diferență pentru a evalua propriul efort sau efortul altcuiva. Dacă facilitatorul arată progresul utilizatorilor finali și îi încurajează să-l aprecieze, atunci ei își vor recunoaște propriul succes.

2.11 Cunoștințe generale despre comunicare

În acest context, o bună comunicare nu înseamnă vorbirea limbii engleze la modul perfect, ci înseamnă a arăta că vă pasă, că sunteți primitivi, prietenoși, ospitalieri, dornici să ajutați etc. Aceasta se poate face cu cunoștințe de limbă de nivel de bază, dar cel mai important, cu un zâmbet autentic, cu disponibilitatea de a fi de ajutor, etc. Este important ca facilitatorii sau managerii să-i învețe pe angajați să se gândească la comunicare în mod holistic.

Relația este foarte importantă. Este greșit dacă cineva crede, de exemplu, că nu poate comunica, deoarece nu poate vorbi engleza. A nu spune nimic și a se îndepărta timid de client este cel mai rău lucru. Așa că zâmbiți, încercați să găsiți un coleg care să vorbească mai bine sau chiar vorbiți prietenos în limba dvs. maternă sau încercați să trimiteți un mesaj pozitiv ajutându-vă de "mâini și picioare" (comunicare nonverbală).

Este important să știți la ce nivel se desfășoară comunicarea:

- **facilitator-facilitator**

Facilitatorii se pot ajuta unul pe altul, astfel încât este important să comunice unul cu celălalt. Aceștia pot face schimb de exemple de bune practici, povestiri, glume (dacă este cazul) etc. Uneori este bine ca doi facilitatori să petreacă timpul cu utilizatorii finali. Se pot completa unul pe celălalt și se pot ajuta reciproc.



- **utilizator final - facilitator**

Dacă facilitatorul comunică cu utilizatorii finali, este foarte important ca conversația să fie simplă, clară și prietenoasă. Informațiile trebuie furnizate în scurt timp. Facilitatorul trebuie să încurajeze oamenii să înceapă să folosească programul și să le ofere sprijin ulterior și să verifice progresul.

- **facilitator-manager**

Facilitatorul va comunica mai întâi cu managerul restaurantului sau hotelului. Ei vor introduce programul TourENG de auto-învățare și avantajele pentru companie și utilizatorii finali. Facilitatorii vor prezenta și motiva mai întâi managerii să utilizeze programul de învățare și apoi îl vor prezenta utilizatorilor finali. Este important ca informațiile să fie livrate clar și pe scurt pentru managerii și utilizatorii finali.

- **manager – utilizator final**

Managerul va prezenta mai întâi programul și avantajele pentru utilizatorii finali. Dacă managerul primește informații clare și scurte, acesta le poate transmite mai departe. Utilizatorii finali vor lucra apoi numai cu facilitatorul.

- **utilizator final - clienți**

Utilizatorii finali pot verifica nivelul cunoștințelor lor noi cu oaspeții vorbitori de limbă engleză. Ulterior pot împărtăși experiența lor cu managerul și facilitatorul.

De ce comunicarea este importantă:

- pentru a sprijini utilizatorii
- pentru a oferi utilizatorilor finali mai multă încredere în sine
- pentru a-i încuraja să înceapă procesul de auto-învățare
- pentru a elimina inconvenientele
- pentru a ușura problemele
- pentru a-i încuraja pe utilizatori să-și exprime dorința de a schimba ceva
- să dobândească mai multe cunoștințe despre ei înșiși și comportamentul altora
- pentru a obține informații despre noutăți
- să crească conștiința individuală și de grup
- să construiască motivația pentru muncă și deschiderea către informațiile noi



Capitolul 3: Competențe media

3.1 Competențe media

Care sunt competențele media (digitale)?

Recomandările Uniunii Europene 2006 definesc 8 competențe cheie în cazul învățării pe tot parcursul vieții: comunicarea în limba maternă, comunicarea în limbi străine, competențe matematice și abilități de bază în științe și tehnologie, competențe digitale, abilitatea de a învăța, abilități sociale și civice, abilități antreprenoriale și senzitivitate și expresie culturală (Consiliul și Parlamentul European, 2006). Competențele digitale au fost definite recent ca fiind setul de cunoștințe, abilități, atitudini, capacități și strategii necesare pentru utilizarea tehnologiei informației și comunicației (TIC) și a mijloacelor media digitale pentru a îndeplini sarcini, rezolva probleme, a comunica, a gestiona informația, a colabora, crea și distribui conținut și dezvolta cunoștințe în mod eficient și efectiv, adecvat, critic, creativ, autonom, flexibil, etic și reflectiv, în scop profesional, în timpul liber, pentru învățare, participare și socializare (Ferrari, 2012) .

Domenii de competență și competențe

1. Informația: identificarea, localizarea, reținerea, depozitarea, organizarea și analiza informației digitale, evaluarea relevanței și scopului acesteia.
2. Comunicarea: comunicarea în mediile digitale, distribuirea resurselor cu ajutorul instrumentelor online, conectarea și colaborarea cu alte persoane cu ajutorul instrumentelor digitale, interacționarea și participarea în comunități și rețele, deschidere interculturală.
3. Crearea de conținut: crearea și editarea de conținut nou (text, imagini, videoclipuri ...), integrarea și re-elaborarea de conținut și informație existentă, realizarea de expresii creative, conținut multimedia și programare, utilizarea și aplicarea drepturilor de proprietate.
4. Securitate: protecția personală, protecția datelor, protecția identității digitale, măsuri de securitate, siguranță și utilizare sustenabilă.



5. Rezolvarea problemelor: identificarea nevoilor digitale și a resurselor, luarea de decizii documentate în legătura cu cele mai potrivite instrumente digitale, în funcție de scopurile/ nevoile de utilizare, rezolvarea problemelor conceptuale utilizând mijloace digitale, rezolvarea problemelor tehnice, utilizarea tehnologiilor într-o manieră creativă, actualizarea abilităților digitale proprii și pe cele ale celorlalți.

3.2 Mijloace media disponibile pentru învățare în afaceri

Recenzii

O recenzie este un articol într-un ziar sau într-o revistă, în care o persoană își exprimă opinia în legătura cu un film, un restaurant sau un produs nou. Cei care citesc recenziile pot asimila noi cunoștințe în legătură cu tematica expusă.

Cărți

Deși putem afla foarte multe informații din cărți, în mod obișnuit uităm foarte multe din acestea. De aceea este bine să vă creați un sistem care să vă reamintească lecțiile deja învățate. Iată trei modalități simple de a face acest lucru: *Luați-vă notițe atunci când citiți* (astfel veți organiza conținutul cărților și al notițelor dumneavoastră în baza unui index al tematicilor); *revedeți informația* (în timp ce luarea notițelor este foarte utilă pentru învățarea activă și procesarea informației, notițele sunt exponențial mai utile atunci când sunt revăzute); *acompaniați lecțiile cu memento-uri* (obiectele pot declanșa idei și amintiri; utilizați-le în avantajul dumneavoastră și reamintiți-vă de lecțiile și experiențele valoroase).

Colecții de foi de lucru (fișiere)

Acestea reprezintă documentele de bază/ primare pe care le utilizați pentru a reține, prelucra și salva datele. Fișierele pot fi colecții de foi de lucru, foaia de lucru reprezentând o colecție de celule organizate în rânduri și coloane. Fiecare fișier conține cel puțin o foaie de lucru și cel mai adesea mai multe foi de lucru cu informații corelate.



Fișierul conține mai multe foi de lucru pentru a permite organizarea eficientă și consolidarea datelor. În mod obișnuit, un fișier se referă la o singură temă și conține foi de lucru cu informații aferente acelei teme. De exemplu, fișierul referitor la bugetul anual poate conține 4 foi de lucru cu bugetul aferent fiecărui trimestru.

Puteți crea un fișier prin importarea sau golirea unui document existent.

Flip chart

Flip chart-ul oferă cursanților un loc pentru colectarea informațiilor, care în final ajută la corelarea mai bună a tematicilor învățate.

Întrucât sunt portabile pot fi aduse oricând în timpul instruirii (nu uitați că trebuie să revizuiți conținutul de 6 ori înainte de a-l transfera).

De asemenea oferă un rezumat al conținutului cursului. Puteți să plasați flipchart-urile de-a lungul sălii de instruire pentru a oferi cursanților posibilitatea de a revedea tematicile abordate.

Flipchart-urile fac instruirea interactivă; permițându-le cursanților să scrie pe foile flipchart-ului, le dați posibilitatea de a se implica mai mult și de a se concentra pe subiectul discutat.

Afișe

Afișele sunt instrumente care permit vizualizarea în scopul învățării. Sunt utile atât în cazul proceselor verbale, cât și non-verbale ale componentelor cheie ale cunoașterii. Afișele oferă oportunitatea de a combina învățarea vizuală cu citirea textului, lectura și teme de casă. Drept urmare, afișele sunt adesea utilizate pentru a prezenta vizual un proiect de curs important, o cercetare în curs sau o perspectivă particulară. Pot fi foarte eficiente în cursurile cu tematici umaniste și s-a demonstrat că îmbunătățesc practica metacognitivă.

Cursuri online (e-Learning)

Cursurile online și programele de absolvire sunt mult mai accesibile și mai ieftine decât cele similare în cazul instruirii tradiționale. Aceste două avantaje importante ale învățării online au făcut ca mulți



studenții să opteze pentru platforme online pentru a obține o diplomă sau un certificat. Cel mai bun lucru în cazul învățării online este că se poate învăța într-un mod relaxat, chiar dacă nu se urmărește obținerea unui certificat. Este nevoie doar de pasiunea pentru a învăța și de o cercetare online pentru a ajunge la cursul potrivit. De aici încolo sunteți creatorul propriei instruirii.

Aplicații lingvistice (e.g., Duolingo)

Aplicațiile de învățare a limbilor străine permit oricui să învețe o limbă de la început până la sfârșit sau ajută la perfecționarea abilităților lingvistice deja dobândite.

Învățarea unei limbi străine cu ajutorul aplicațiilor este utilă întrucât acestea sunt disponibile la un click distanță. Chiar atunci când așteptați la o întâlnire sau în cele 15 minute ale unei curse cu un vehicul Uber, aveți timp să parcurgeți o lecție.

Când doriți să învățați o limbă străină pentru a putea comanda un meniu în vacanța următoare sau pentru a comunica cu un prieten în limba lui maternă, sau numai pentru a adăuga noi abilități lingvistice în CV-ul dumneavoastră, aceste aplicații de învățare a limbilor străine sunt o cale foarte bună de a vă atinge scopurile.

O mare parte dintre aplicațiile existente au site-uri web de învățare a limbilor străine care vă oferă mai multe opțiuni pentru învățarea unei limbi noi. Puteți utiliza de asemenea un website de traducere pentru a exersa mai mult.

Videoclip

Videoclipul are potențialul creării unui impact real în instruire. Astfel, videoclipul poate: schimba felul în care învață studenții; să crească exponențial participarea la curs; să creeze relații mai puternice între cursanți; să crească șansele de succes; să influențeze rezultatele învățării și întreaga experiență a studenților.

Din punctul de vedere al studenților, videoclipurile pot fi cea mai bună cale de a-și îmbunătăți stilul de învățare, mai ales atunci când trebuie să rețină date importante și cifre. S-a estimat că un minut de video online echivalează cu aproximativ 1,8 milioane cuvinte scrise. Suplimentar, 90% din



informația transmisă către creier este vizuală, iar informația vizuală este transmisă de 60.000 ori mai repede în creier decât în cazul textului. Aceasta indică faptul că mijloacele vizuale utilizate pentru instruire, ca videoclipul, pot îmbunătăți stilurile de învățare și crește gradul de reținere a informației.

Dacă doriți să îmbunătățiți modul în care studenții învață, rețin și eventual aplică ceea ce s-a predat, atunci trebuie să luați în considerare stilurile alternative de predare. Cu atât mai important sunt de avut în vedere condițiile în care studenții schimbă în mod continuu felul în care consumă informația.

Videoclipuri pe YouTube

YouTube nu este numai regatul divertismentului digital, dar poate fi și un mediu foarte potrivit pentru învățare.

Website-ul de distribuire videoclipuri YouTube poate oferi posibilități nelimitate pentru a vă dezvolta cursurile de e-learning, nu numai utilizând nenumăratele videoclipuri pe care le găsiți aici, dar și prin crearea propriului videoclip pentru a vă ajuta cursanții să-și atingă obiectivele de învățare.

Avantaje: este foarte ușor de integrat; poate fi utilizat pentru crearea unei comunități de e-learning; generează și promovează discuțiile online; este ideal pentru învățarea mobilă; permite micro învățarea; încurajează dezvoltarea abilităților de luare a notițelor; ajută la înțelegerea conceptelor complexe; permite cursanților să-și facă propriile videoclipuri pe YouTube.

3.3 Producția media

Diferite producții media pot susține experiența de învățare în diferite moduri. Media poate detașa cursanții dintr-o locație fixă și poate face experiențele de învățare mai flexibile. Producțiile media personalizate pot fi focusate pe nevoile de învățare ale indivizilor. Videoclipurile destinate învățării unei limbi sunt mult mai eficiente datorită combinării mijloacelor video cu cele audio. Cel care le vizualizează poate urmări mișcarea buzelor și poate auzi pronunția. De asemenea poate învăța urmărind contextul acțiunii. Totuși, videoclipurile trebuie să îndeplinească anumite standarde de calitate pentru a fi eficiente.



Pentru a fi viabilă într-un mediu de afaceri, precum hotelurile mici și restaurantele, producția videoclipurilor trebuie să fie mai puțin costisitoare sau chiar gratuită și fezabilă în cazul personalului. Numai în acest fel poate fi depășită granița între cei care produc media și cei care o folosesc și numai astfel utilizarea videoclipurilor ca instrument de învățare la locul de muncă poate fi la fel de facilă ca utilizarea unui flipchart ori a unui calculator sau a unei tablete. Există milioane de tutoriale, o mare parte dintre acestea foarte populare, care arată cum poate fi făcut acest lucru.

Acum este momentul să utilizăm aceste oportunități în contextul specific micilor afaceri din turism.

Următoarele paragrafe descriu realizarea din punct de vedere tehnic a unui videoclip destinat instruirii, de la început (idee) până la final (publicare).

Pregătire/ Pre-producție

În funcție de calitatea dorită a videoclipului, producția video necesită o anumită pregătire în avans. Cu cât este pregătit mai bine un videoclip, cu atât mai bună va fi calitatea acestuia. Partea de pregătire a videoclipului sau a filmului este numită pre-producție.

Proiectul/Schița

Pentru a salva timp și bani, este mai bine să începeți cu un proiect/ schiță, care mai apoi se dezvoltă într-un scenariu. Proiectul include tot ceea ce vă vine în minte la început. În continuare ideile se vor aranja într-o ordine logică. Proiectul reprezintă punctul de plecare al producției și poate fi schițat pe hârtie în câteva minute.

Întrebări utile pe care să vi le puneți: *Ce doresc să arăt/ transmit? De ce doresc să arăt? Cine-l va vedea?*

Scenariul

Scenariul este mai organizat decât proiectul. Întrucât instrucțiunile au în vedere producția videoclipului fără costuri, scenariul trebuie să includă toate considerentele, de la conținut la circumstanțe externe.



Însemnările din proiect vor fi preluate și organizate în diferitele părți ale producției. Scenariul poate fi scris pe o foaie de hârtie sau cu ajutorul unui document electronic. În această etapă vor fi analizate aspectele importante referitoare la diferitele părți ale producției video.

Obiectivul

Răspunsul la întrebările din proiect vor fi reformulate într-o propoziție, care va fi linia directoare a producției. Aceasta trebuie să reflecte scopul videoclipului. Toate deciziile referitoare la producția videoclipului trebuie să aibă în vedere acest scop.

Conținutul

Partea principală a scenariului trebuie să se focuseze pe conținutul videoclipului. Dialogurile și acțiunile vor fi scrise. Dialogul sau monologul sunt scrise ca vorbire directă.

Locația

Atunci când filmăm depindem de echipamentul tehnic, iar acesta depinde de mediul în care se filmează. Sensorii camerei de filmat nu sunt atât de sensibili ca ochiul uman, ceea ce implică observarea condițiilor de lumină la setarea camerei. Microfonul poate fi direcționat asupra sunetului în anumite limite, ceea ce implică observarea condițiilor de zgomot din mediul în care se filmează.

În concluzie, anumite cunoștințe legate de locul în care se filmează și echipamentul folosit sunt absolut necesare. Într-o producție fără budget, cel mai accesibil echipament nu este și cel mai profesionist. Aceasta presupune ca mediul de filmare și echipamentul să fie ajustate/ adaptate. Cele mai importante elemente în acest sens sunt *zgomotul, lumina și spațiul*. Toate cele trei sunt greu de controlat și necesită o atenție specială.

Zgomotul de afară

Microfoanele încorporate în camera de filmat nu sunt direcționate perfect, în cele mai multe cazuri. Aceasta înseamnă că vor înregistra toate sunetele din timpul filmării. Un elicopter sau un camion care trece pe lângă fereastră în timp ce se filmează scena unui dialog pot afecta semnificativ sunetul. În unele cazuri aceste lucruri nu sunt observate până la prima filmare. Înainte de filmare ferestrele



trebuie să fie verificate și închise. Dacă sunt dubii filmarea trebuie repetată. După filmare, o primă previzualizare asupra setării este recomandată. Căștile sunt utile pentru evaluarea sunetului.

Zgomotele din interior

Acestea sunt mai ușor de controlat decât cele de afară. Sunt legate de ceea ce se întâmplă în jurul locului de filmare, în timp ce se filmează. De aceea toate telefoanele mobile trebuie setate pe modul " silențios ". Trebuie să ne asigurăm că toate persoanele aflate la locul filmării știu că se filmează, spunând " acțiune " sau ceva similar, cu voce tare. Acesta este semnalul pentru a-l anunța pe cei din jurul locului de filmare să facă liniște și pe actori să-și spună dialogul.

Lumina

Exista două circumstanțe nefavorabile referitoare la lumină: lumina insuficientă sau prea multă lumină. Ambele situații pot duce la imagini greu de recunoscut și trebuie avute în vedere la pregătirea pentru o imagine clară, care poate fi ușor vizualizată și din care se poate învăța.

Zona dim

În general este mai ușor să mărești luminozitatea camerei decât s-o micșorezi. Este necesar să existe suficientă lumină pentru o imagine bună. Astfel, o imagine bună înseamnă că toate persoanele din imagine pot fi recunoscute și, pentru învățarea limbii, mișcarea buzelor și expresia facială sunt vizibile. În unele cazuri, este suficient să porniți lumina interioară a camerei (lucru posibil în cazul telefoanelor inteligente, tabletelor și în cazul unor camere digitale). Alte soluții pot fi utilizarea unor lămpi de podea suplimentare, a unor lumini de plafon sau spoturi speciale, dar aveți în vedere și umbrele proiectate de acestea. Cea mai simplă modalitate de a controla situația luminii este de a renunța la lumina naturală și de a lucra numai cu lumină artificială.

Daca doriți să aflați mai multe despre lumină, trebuie să învățați și despre balansul de alb. Veți observa că uneori materialele video filmate în locații diferite au o tentă de galben sau albastru. Aceasta poate fi rezolvată cu ajutorul balansului de alb.



De asemenea este important să învățați cum să folosiți lumina pentru a-i pune în valoare pe protagoniștii din imagine.

Zona luminoasă

Prea multă lumina poate determina supraexpunerea unor zone din fotografia sau videoclipuri, zone în care nu mai pot fi recunoscute ușor persoanele sau obiectele. Supraexpunerea în exterior apare mai ales când este extrem de însorit. Filmarea cu soarele în față (orientarea camerei înspre soare) creează neplăceri actorilor care nu pot privi înspre camera fără să clipească; de asemenea, hainele strălucitoare vor fi supraexpuse. Filmarea cu soarele în spate creează o situație de iluminare din spate și actorii vor apărea ca niște siluete. O altă situație de evitat în ceea ce privește lumina este legată de combinarea luminilor strălucitoare și a umbrelor întunecate în aceeași imagine. Senzorii camerei de filmat balansează punctele strălucitoare și pe cele întunecate din imagine, ceea ce va conduce la apariția unor puncte supraexpuse, respectiv insuficient expuse în scena filmată.

Spațiul

Camerele au o gamă limitată de unghiuri de filmare. Când planificați locul filmării, trebuie să luați în considerare un spațiu suficient pentru unghiul de filmare. În spațiile mici, repetiția dinaintea filmării este necesară pentru a vedea dacă toți actorii intră în cadru. În cazul spațiilor mari trebuie verificat locul camerei în timpul filmării și dacă nu sunt obstacole în acea zonă. Dacă utilizați un trepied [LP1] pentru filmare, verificați terenul și textura acestuia.

Lungimea materialului filmat

Înainte de a începe filmarea, trebuie luată în considerare și lungimea videoclipului în varianta finală. Pentru cei care-l vor vizualiza este mai ușor să urmărească videoclipuri scurte, focusate pe subiectul care-i interesează. Repetarea dialogului și oprirea înregistrării vă ajută să apreciați durata. În funcție de grupul țintă, explicațiile referitoare la subiect sunt necesare. Acestea vor influența lungimea videoclipului. Punctul de plecare poate fi între 15 secunde și 60 secunde.



Un alt aspect ce trebuie luat în considerare este timpul pe care-l are la dispoziție cel care vizualizează videoclipul. Trebuie să vă întrebați dacă-l vor vedea în timpul liber sau în timpul programului de lucru.

Rezumatul

Rezumatul poate fi util în organizarea producției video. Filmarea este consumatoare de timp și de aceea realizarea unui rezumat în prealabil permite economisirea timpului și eventual reducerea unor cheltuieli.

Esențială în cazul rezumatului este împărțirea videoclipului în cadre/ scene, pentru a vizualiza mai ușor scopul videoclipului. Practic, înseamnă vizualizarea scenariului cu dialoguri și instrucțiunile tehnice, ca de exemplu mișcările camerei.

Există mai multe moduri de a crea rezumate, fie pe bază de fotograme în cazul fiecărei scene, fie pe bază de desene pe hârtie. Poate fi utilă desenarea fiecărei scene pe un post-it și aranjarea acestora în ordinea în care vor apare în videoclip. Neajunsul acestei tehnici este ca post-it-urile nu au suficient spațiu pentru comentarii suplimentare și nu pot fi aduse la locul filmării. Ele sunt mai degrabă utile pentru a stabili ordinea corectă a scenelor ce vor fi filmate.

După aceasta, scenele ar trebui desenate pe o hârtie pentru mișcările camerei și dialoguri. Nu trebuie să fiți artist pentru a desena un rezumat, sunt suficiente figuri simplificate.

Mai multe informații puteți găsi aici: <https://www.youtube.com/watch?v=NcCAzs2kCFw>

Echipamente

Alegerea echipamentului este crucială pentru producția videoclipurilor de învățare. Uneori e necesară o perioadă pentru a deveni familiar cu echipamentul, iar circumstanțele identificate în timpul reperării setării trebuie reținute.



Aceste instrucțiuni sunt focusate pe producțiile fără buget și folosirea cu precădere a telefoanelor inteligente și tabletelor.

Telefoane inteligente/ tablete

Smartphone-urile și tabletele sunt omniprezente și cu puțină instruire pot fi create videoclipuri care să arate profesional.

Atât telefoanele inteligente cât și tabletele au argumente pro și contra. Cu telefoanele inteligente se poate filma mai ușor, iar tabletele au un ecran mai mare, care ajută în cazul editării. Secțiunea următoare va fi focalizată pe filmarea cu dispozitive inteligente.

Video

În mod obligatoriu pentru filmarea cu un telefon inteligent trebuie ca acesta să aibă integrată o cameră. Cele mai multe au o cameră în spate, cu definiție ridicată și o cameră în față cu definiție mai slabă. Camera din spate este destinată fotografierii și înregistrărilor video din față. Camera din față este denumită și camera selfie, întrucât inițial a fost destinată apelurilor video.

Înainte de a filma verificați dacă știți cum să activați camera. Dacă ați activat-o, atunci puteți vedea ceea ce este în față ecranului telefonului. Dacă atingeți butonul roșu înregistrarea video începe. De asemenea va începe cronometrarea timpului de filmare. Aceasta este lungimea materialului video. Este bine să lăsați una sau două secunde de rezervă la începutul sau sfârșitul filmării. Puteți scurta videoclipul la editare.

Pentru a face trecerea între camera din față și cea din spate trebuie să identificați butonul cu două săgeți, desenate fie într-un cerc fie desenate în direcții opuse.

Camera telefonului se va focusa automat pe obiectul din mijlocul ecranului. Dacă vreți să se focuseze pe altceva, dați click pe acel obiect.



Majoritatea telefoanelor inteligente au posibilitatea de a schimba setările luminii cu variante limitate. Glisați cu degetul pe ecran până când apare simbolul soarelui. Glisând apoi în sus sau în jos, imaginea devine mai luminoasă sau mai întunecoasă.

Nu uitați să ajustați setările înainte de a începe filmarea.

După înregistrare verificați salvarea materialului. Aceasta se regăsește în albumele de pe telefon.

Previzualizați materialul înainte de editare.

Audio

Telefoanele inteligente au cel puțin un microfon. Cele mai multe microfoane pot fi extinse cu un microfon extern pentru o înregistrare mai bună a sunetului. Dacă doriți să înregistrați numai audio, puteți utiliza căști, care asigură o mai bună claritate a sunetului.

Atunci când filmați sunetul se înregistrează automat. Dacă înregistrați audio, puteți utiliza orice aplicație de înregistrare a vocii. Trebuie să știți că înregistrările sonore nu sunt salvate în albume la fel ca fotografiile sau videoclipurile. Înregistrările audio pot fi ascultate cu ajutorul difuzoarelor interne.

Puteți îmbina mai apoi înregistrările audio cu înregistrările video. Îmbinarea separată a înregistrărilor audio și video necesită o anumită instruire.

Editarea internă

Telefonul dumneavoastră inteligent are posibilități limitate de editare a videoclipului în albume. Dacă aveți nevoie de o singură filmare, puteți tăia capetele și corecta direct culorile și luminozitatea. Dacă însă este necesară o editare mai complexă, precum îmbinarea mai multor videoclipuri, este mai bine să utilizați o aplicație de editare. Unele telefoane inteligente au încorporate aplicații de editare, dar dacă nu doriți să le folosiți, puteți căuta o aplicație în AppStore-ul sau PlayStore-ul telefonului. Fiți atenți la achizițiile In-App și citiți mai întâi părerile celor care le-au încercat (review-urile).

Camera digitală



Utilizarea unei camera digitale vă oferă mai multe posibilități de a controla expunerea, de focalizare și balansare a culorilor în cazul filmării. Este mai ușor să filmați în vecinătăți complexe. Totuși, aveți nevoie de mai mult timp pentru a vă familiariza cu echipamentul și softul, respectiv cel puțin un alt dispozitiv pentru editare. Este destul de riscant să editați pe o tableta materialul video filmat cu camera întrucât materialul de pe cameră conține fișiere de dimensiuni mai mari. O altă problemă care poate apare este cea legată de incompatibilitatea dimensiunii cadrelor, formatul fișierelor etc. Trebuie să știți că puteți previzualiza materialul filmat pe ecranul camerei.

Lumina

După cum s-a menționat anterior, lumina este una dintre cele mai mari provocări atunci când filmăm. Cea mai potrivită lumină este cea din timpul zilei, dar din păcate este destul de puțin controlabilă. Dacă filmați o scenă dimineața și alta seara, este destul de greu să le alăturați fără a utiliza balansul de culoare.

Mult mai controlabilă este lumina electrică. Cele mai multe camere au flash intern, care este activ atunci când filmăm. Lumina indirectă face umbrele mai puțin întunecate. Vă puteți da seama de aceasta prin proiectarea luminii strălucitoare pe pereții albi.

Evitați lămpile cu neon. Acestea pâlpâie, lucru observabil mai târziu în videoclip.

Dacă filmați mai multe zile, notați-vă setările luminii și reluați-le în ziua următoare de filmare.

Aflați mai multe aici: https://www.youtube.com/watch?v=bG1PX_TP_RQ

Cuvinte cheie pentru instruirea video: *iluminat, film* [sau] *videoclip, introducere* [sau] *elemente de bază*

Trepiedul

Trepiedul este util în cazul filmărilor statice, întrucât nu e posibil să mențineți camera în aceeași poziție cât timp filmați.

Softuri de editare



După cum s-a mai menționat, în App Store sau Play Store sunt disponibile softuri gratuite de editare. Dacă faceți editarea pe laptop, de obicei există softuri simple de editare preinstalate. Dacă nu doriți să utilizați aceste softuri, puteți găsi online mai multe softuri de editare gratuite.

Ceea ce este important în cazul softului de editare este posibilitatea de a îmbina diferite videoclipuri, de a insera texte și titluri și de a edita sunetul. Nu sunt atât de importante diferitele filtre și presetări.

Cea mai mare a softurilor de editare au tutoriale pe YouTube pentru instruirea inițială. Sistemul de operare Apple iOS are preinstalat un soft de editare iMovie. Noile versiuni Windows nu au softuri de editare, dar încă pot fi descărcate vechile versiuni MovieMaker. Alte site-uri pentru descărcarea gratuită a softurilor de editare sunt cele ale Lightworks, Blender și Open Shot.

Cuvinte cheie pentru căutarea softurilor de editare: *soft de editare*, [*sistem de operare*], sursa de informații gratuită (opțional)

Cuvinte cheie pentru videoclipuri de instruire: [*denumire soft editare*], *tutorial*, *introducere*

Aflați mai multe aici:

<https://www.youtube.com/watch?v=t7OHvkQtaME>

<https://www.youtube.com/watch?v=cFT2FwYsfeQ>

Filmarea/ Producția

După ce ați scris conceptul și dialogurile, ați organizat locația, actorii și v-ați familiarizat cu echipamentul, puteți începe filmarea. În timpul filmării trebuie să respectați anumite reguli pentru a realiza un videoclip de succes.

Acțiune

Persoana care filmează sau persoana desemnată ca regizor trebuie să marcheze începutul secvenței ce va fi filmată, pentru a preveni întreruperea dialogului. Persoana care spune „acțiune” sau alt cuvânt care marchează începerea dialogului, trebuie să se asigure că camera de filmat rulează.



Pentru toate persoanele aflate la filmare, acesta este semnalul pentru a face liniște, iar pentru actori – semnalul pentru a începe dialogul. Filmatul încetează cu cuvintele „taie” sau doar „mulțumesc” spuse de regizor sau cel care filmează.

După filmarea unei scene, faceți o notă referitoare la aceasta sau marcați-o pe scenariu ca fiind filmată cu succes. Dacă este necesară mai mult de o filmare, notați-vă filmarea pe care o preferați. Acest lucru va face mai ușor procesul de editare și nu va trebui să revedeți toate filmările încă o dată.

Filmarea cu telefonul inteligent (smartphone) sau cu tableta

Atunci când filmați cu un smartphone sau cu o tabletă țineți camera în colțul de sus. Aveți grijă să nu puneți degetele în dreptul lentilelor sau microfonului. Nu filmați cu lumina în față.

Dacă nu vă este la îndemână să folosiți butonul de înregistrare afișat pe ecran, atunci puteți folosi butonul de sunet care funcționează de obicei și ca buton de începere a înregistrării.

Locul filmării

Poate fi util să marcați locurile actorilor pe podea/ teren, mai ales atunci când folosiți un trepied. În acest fel, cadrul perfect este marcat, fără a fi nevoie să-l mai căutați de fiecare dată. De asemenea, dacă luminați mai tare locul vă va ajuta să orientați lumina către el.

Editare/ Post-producție

Procesul de editare începe prin importarea materialului filmat în softul de editare. Următorul pas este organizarea scenelor filmate în ordinea corectă. Acum acestea pot fi modificate prin ștergerea părților nedorite și scurtarea pauzelor dintre filmări. Esențială este și verificarea volumului sunetului. La finalul părții introductive pot fi adăugate titlul și eventualele subtitluri.

După verificarea variantei finale a filmului, aceasta trebuie exportată. Verificați în prealabil ce setări sunt necesare în vederea utilizării variantei de publicare alese. Dacă veți utiliza YouTube, puteți verifica pe site-ul acestora ce formate de fișiere sunt compatibile. Dacă intenționați să utilizați alte sisteme de publicare, verificați care sunt formatele de fișiere acceptate. De obicei aceste informații se regăsesc pe pagina de asistență a furnizorului.



Exportați fișierul sub o denumire pe care să o rețineți ușor.

Publicarea

Publicarea reprezintă procesul de a face videoclipul accesibil celor care-l vor folosi pentru instruire. Aceasta înseamnă că trebuie să alegeți o platformă accesibilă grupului țintă. Înainte de publicare verificați dacă nu ați încălcat drepturile de autor. Platformele gratuite sunt YouTube (spațiu nelimitat), Vimeo (500mb pe săptămână, până la 5GB gratuit). Puteți folosi de asemenea rețeaua internă a firmei. Asigurați-vă că utilizatorii știu cum pot accesa videoclipul.

3.4 Aflați mai multe

Tutoriale video pentru realizarea videoclipurilor pentru instruire se pot găsi pe YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=nAAkkexZ9xA>

https://www.youtube.com/watch?v=BDliEq_0qeQ

<https://www.youtube.com/watch?v=gKC1xxI5CmA>

Spannaus, T. W. (2012). *Creating video for teachers and trainers : producing professional video with amateur equipment*. San Francisco, Pfeiffer.

Goldstein, B. (2015). *Language learning with digital video*. Cambridge: Cambridge University Press.



PARTNERSHIP



GAZI UNIVERSITESI

Turkey

isob Institut für
sozialwissenschaftliche
Beratung GmbH
Innovative Projekte entwickeln, begleiten und bewerten
ISOB GMBH

Germany



FEPPV

Portugal



FPIMM BV

Romania



STORY TELLME

Portugal

SVET JE LEP

SVET JE LEP

Slovenia



Interactive and Mobile Adapted Learning Tool to Improve the Level of Technical English for Employees in Tourism " TourENG" (2017-1-TR01-KA 202-045781)



2017-1-TR01-KA202-045781
TOURENG
ERASMUS+ KA202 PROJECT

