

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Zgodbe v turizmu
Course title:	Storytelling in tourism

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Menedžment kakovosti Dodiplomski (prva)	Program nima smeri	2. / 3.	4. / 5.
Menedžment kakovosti Dodiplomski (prva)	The program has no study fields	2 / 3	4 / 5

Vrsta predmeta / Course type Izbirni / elective

Univerzitetna koda predmeta / University course code: 011045-01

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	-	45	-	-	105	6

Nosilec predmeta / Lecturer: doc. dr. Lea-Marija Colarič-Jakše / Lea-Marija Colarič-Jakše, PhD, Assistant Professor

Jeziki / Languages: **Predavanja / Lectures:** Slovenski/Angleški
Vaje / Tutorial: Slovenski/Angleški

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

- Pogoj za vključitev v delo je vpis v drugi letnik študijskega programa.
- Študent/študentka mora pred pristopom k izpitu pripraviti in zagovarjati seminarsko nalogo.

Prerequisites:

- Enrolment in the second year of study.
- The student must prepare and defend an seminar paper as a prerequisite for the final exam.

Vsebina:

1. Zgodba kot osnova za turistični proizvod in zgodba kot operativno komunikacijsko sredstvo.
2. Piramida zgodb v slovenskem turizmu in primeri nastavkov piramidalnih zgodbarskih struktur.
3. Zgodbe v turizmu: identifikacija in sistematična ureditev zgodb turističnega prostora in turističnih proizvodov.
4. Tipologije zgodb: zgodbarske tematike, žanri zgodb.
5. Strukturiranje zgodb, različnost vsebinskih poudarkov in stopnje razdelave zgodb.
6. Zgodbarjenje: ustvarjanje in pripovedovanje zgodb kot strateško in operativno trženjsko orodje v turizmu.
7. Doživljajski inženiring: zgodba, igra, doživetje,

Content (Syllabus outline):

1. Story as a basic tourist product and story as operational communication tool
2. Pyramide of stories in Slovenian tourism and cases of foundations of pyramidal storytelling structures
3. Stories in tourism: identification and systemic sorting of stories in tourist space and of tourist products
4. Typology of stories: topics, genres of stories
5. Structure of the stories, different points of stress in stories, level of the development of the stories
6. Storytelling: creation and narration of stories as strategic and operational marketing tool in tourism
7. Experience engineering: story, game, experience, tourist product
8. Monetization (selling) of tourist stories
9. Connection of stories and products in local, regional

- turistični proizvod.
8. Monetizacija turistične zgodbe.
 9. Povezovanje zgodb in proizvodov na lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju.
 10. Ustvarjanje lastnih primerov turističnih zgodb: tekstopisje in presoja tržnega potenciala zgodb.
 11. Oblikovanje in predstavitev privlačne zgodbe: Kako zgodbo vtakati v turistični proizvod in ji dati dodano vrednost.

- and national context
10. Creation of own cases of tourist stories, writing and assessment of marketing potential of the stories
 11. Creation and presentation of attractive story: how to involve story in tourist product and create added value

Temeljni literatura in viri / Readings:

Obvezna literatura / Required reading(s):

- Fog, Klaus, Christian Budtz in Baris Yakaboğlu. *Storytelling, branding in practice*. Copenhagen: Sigma, 2010.
- Jensen, Rolf. *The Dream Society: How the Coming Shift from Informational to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill, 1999.
- Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje inovativnosti, razvoja, investicij in turizma – SPIRIT SLOVENIJA javna agencija, sektor za turizem. (2013). *Zgodbe v slovenskem turizmu: Identifikacija in razvoj zgodb za potrebe oblikovanja in trženja turističnih produktov in destinacij*.

Dodatna – dopolnilna / Recommended reading(s):

- Jensen, Rolf. *Heartstorm – Viharjenje srca – Sanjska družba II*. Ljubljana: Tiskarna Ljubljana, 2003
- D. E. Polkinghorne. *Narrative Knowing and the Human Sciences* (Albany: State University of New York Press, 1988
- The Tales of Limfjorden. *A Danish case of storytelling and destination development*. Univerza Aalborg, 2009.
- Colarič-Jakše, L.-M. *Lokalne zgodbe kot del integralne ponudbe turističnih produktov*. V: ŽOHAR, Franci (ur.). *Zbornik IX. posveta Delovanje skupnih občinskih uprav v Sloveniji, Ljubno, marec 2016*. Maribor: Skupnost občin Slovenije; Ljubljana: Združenje občin Slovenije; Ljubljana: Ministrstvo za javno upravo. 2016, str. 87-98.
- Republika Slovenija, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2017). *Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*.
- Veljković, B., Colarič-Jakše, L.-M. (2014). *Turizem : uvod v osnove in teorijo turizma*. 1. izd. Maribor: Fakulteta za turizem.
- Veljković, B., Colarič-Jakše, L.-M. (2014). *Turizem : teoretični aspekti evolucije krožnega gibanja*. 1. izd. Maribor: Fakulteta za turizem.

Cilji in kompetence:

- Razumevanje zgodbe v turizmu, zgodbe kot osnove za turistični proizvod in zgodbe kot operativno komunikacijsko sredstvo.
- Poznavanje vsebine in veščin zgodbarjenja.
- Usposobljenost za ustvarjanje in pripovedovanje zgodb.
- Poznavanje tipologije zgodb, zgodbarske tematike, žanra zgodb.
- Poznavanje doživljajskega inženiring (zgodbe, igra, doživetja, turističnega proizvoda).
- Razumevanje specifičnosti tržno-komunikacijskih zgodb v primerjavi z drugimi zgodbami.
- Poznavanje piramide zgodb v slovenskem turizmu.
- Sposobnost ustvarjanja lastnih primerov privlačnih turističnih zgodb, vključitev v proizvode in presoje tržnega potenciala zgodb.
- Sposobnost povezovanja zgodb in proizvodov na

Objectives and competences:

- Understanding of the story in tourism, story as a foundation of tourist product and story as operational communication tool
- Knowing the content and skills of storytelling
- Ability to create and telling the story
- Knowing the typology of stories, topics and genres
- Knowing the experience engineering, (stories, games, experiences, tourist products)
- Understanding of specifics of marketing stories compared to other stories
- Knowledge of story pyramids in Slovenian tourism
- Ability to create own cases of attractive tourist stories, their inclusion in tourist products and assessment of marketing potential of these stories
- Ability to connect stories and products at local, regional and national level
- Knowledge of good practices in storytelling in Slovenia and abroad.

lokalnem, regionalnem in nacionalnem nivoju.

- Poznavanje primerov dobrih praks zgodb v slovenskem in mednarodnem prostoru.

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Študent/študentka:

- Je sposoben ustvarjanja in pripovedovanja zgodb.
- Je sposoben prepoznavanja zgodb kot strateško in operativno trženjsko orodje v turizmu, kot osnovo za turistični proizvod in kot operativno komunikacijsko sredstvo.
- Pozna in razume tipologije zgodb, zgodbarske tematike in žanre zgodb.
- Pozna in zna uporabljati doživljajski inženiring in monetizacijo turistične zgodbe.
- Pozna specifičnost tržno-komunikacijskih zgodb v primerjavi z drugimi zgodbami.
- Zna identificirati in sistematično urediti zgodbe turističnega prostora in turističnih proizvodov.
- Pozna piramido zgodb v slovenskem turizmu in piramidalne zgodbarske strukture.
- Je sposoben ustvarjanja lastnih primerov turističnih zgodb, tekstopisja in presoje tržnega potenciala zgodb.
- Pozna primere dobrih praks zgodb v slovenskem in mednarodnem prostoru.

Knowledge and understanding:

The student:

- Is capable of creating and telling stories
- Is capable of recognising the stories as strategic and operationa marketing tool in tourism, as substance of tourist product and as operational communication tool
- Knows and understands typologies of the stories, storytelling topics and difrent ganres
- Knows and is able of using experience engineering and selling of the tourist stories
- Knows the difference between marketing stories compared to other stories
- Is capable of identifying and sorting the stories of tourist space and tourist products
- Knows the pyramid of stories in slovenian tourism and pyramid storytelling structures in general
- Is capable of creating own tourist stories, writing and assesment of marketing potential of the stories
- Knows the good practices in Slovenian and international space

Metode poučevanja in učenja:

- Predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga posameznih področij, pogovori, vprašanja, primeri, brainstorming-i, SWOT-analize).
- Seminarske vaje v povezavi s prakso (simulacija pripovedovanja zgodb, refleksija izkušenj, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja in analiz, pogovori, sporočanje povratne informacije, socialne igre, ekskurzija v turistični prostor zgodb).
- Individualne in skupinske konzultacije (pogovori, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj, dodatno delo na terenu na področju turizma).
- Animacija samostojnega študija in raziskovanja (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samouravnavanje, refleksija, samoocenjevanje).

Learning and teaching methods:

- Lectures with active student participation (discussions, talks, questioning, cases, problem-solving, brainstorming's, SWOT analysis).
- Seminar papers in connection to practice (reflections from experience, project work, teamwork, methods of critical thinking and analysis, talks, providing feedback, social games, professional tour excursion).
- Individual and group consultations (discussions, additional explanations, discussing specific questions, additional outside work in tourism area).
- Facilitating independent study and research (motivating, directing, self-examination, self-regulation, reflection, and self-assessment).

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt)	Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment: Type (examination, oral, coursework, project):
– Pisni/ustni izpit	30	– Written / Oral Exam

– Seminarska naloga	20	– Seminar Work
– Simulacija zgodbarjenja v prostoru	50	– Simulation of storytelling on the destination

Reference nosilca / Lecturer's references:

- Colarič-Jakše, Lea-Marija. Lokalne zgodbe kot del integralne ponudbe turističnih produktov. V: ŽOHAR, Franci (ur.). *Zbornik IX. posveta Delovanje skupnih občinskih uprav v Sloveniji, Ljubno, marec 2016*. Maribor: Skupnost občin Slovenije; Ljubljana: Združenje občin Slovenije; Ljubljana: Ministrstvo za javno upravo. 2016, str. 87-98.
- VELJKOVIČ, B., COLARIČ-JAKŠE, L.-M. *Turizem : uvod v osnove in teorijo turizma*. 1. izd. Maribor: Fakulteta za turizem, 2014.
- AMBROŽ, M, COLARIČ-JAKŠE, L.-M. *Pogled raziskovalca : načela, metode in prakse = (Researcher's gaze : principles, methods, and practices)*, (Mednarodna knjižna zbirka Zora, 105). V Mariboru: Mednarodna založba Oddelka za slovanske jezike in književnosti, Filozofska fakulteta: Fakulteta za turizem, 2015.
- VELJKOVIČ, B, COLARIČ-JAKŠE, L.-M. *Turizem : teoretični aspekti evolucije krožnega gibanja*. 1. izd. Maribor: Fakulteta za turizem, 2014.
- COLARIČ-JAKŠE, Lea-Marija. Connecting social actors in developing integrated tourism products. *Revija za univerzalno odličnost*, ISSN 2232-5204, mar. 2015, letn. 4, št. 1, str. 1-16.
- BRCAR, Franc, COLARIČ-JAKŠE, Lea-Marija. Evaluation of cultural heritage in Posavje region by tourists and employees. *Izzivi prihodnosti*, ISSN 2463-9281, feb. 2017, letn. 2, št. 1, str. 1-15. http://www.fos.unm.si/media/pdf/IP/CULTULAR_heritage_Brcar_Jakse_01.pdf. [COBISS.SI-ID 2048396290]
- VELJKOVIČ, Božidar, COLARIČ-JAKŠE, Lea-Marija. Interactive effects and the creation of attractions in tourism. V: LAZIČ, Miodrag (ur.). *Zbornik radova = Proceedings*. Leskovac: Tehnološki fakultet: = Faculty of Technology, 2015, str. 494-501.
- COLARIČ-JAKŠE, Lea-Marija, AMBROŽ, Milan. Pomen mreženja socialnega kapitala za vzpostavitev inovativnih integralnih turističnih proizvodov = The importance of networking social capital in implementing an innovative integrated tourism product. V: BUKOVEC, Boris (ur.). *Zrna odličnosti Fakultete za organizacijske študije v Novem mestu : nove paradigme organizacijskih teorij 2016*. Novo mesto: Fakulteta za organizacijske študije, 2016, str. 42-69.
- COLARIČ-JAKŠE, Lea-Marija, AMBROŽ, Milan. Actor-network theory and stakeholder collaboration : the case of Slovenia. *Mediterranean journal of social sciences*, ISSN 2039-9340, May 2015, vol. 6, no. 3, str. 231-239.
- COLARIČ-JAKŠE, Lea-Marija. Vpliv dejavnikov socialnega kapitala na inovacije v turistični dejavnosti : doktorska disertacija : študijski program tretje stopnje. Novo mesto. 2015

Druge reference iz strokovnega tematskega področja:

- Raziskovanje, zasnova, načrtovanje, organiziranje, usklajevanje, kontroliranje, izvedba in evalvacija dogodkov in prireditvev, kjer se je razvila zgodba: Teden cvička, Akademija cvičkovega turizma, Škocjanska cvičkarija, Trgatev mestne trte, Pustovanje, Kostanjeviška noč, Turistično gastronomske prireditve, Praznik vina, kruha in suhega sadja, Salamijada, Martinovanja, Muzicali, Občni zbori, Proslave ... Dostopno na <http://izumbib.izum.si/bibliografije/Y20171023133401-A6547299.html>