



Izvješ e medijskih objava

23.09.2014

Muzeji Hrvatskog zagorja

23.9.2014	Veernji list - Podravina, Varaždin,	Stranica/Termin: 24	Hrvatska
Naslov:	Vitezovi i dvorske lude zadivili i velike i male posjetitelje		
Sadržaj:	U Dvoru Veliki Tabor održana je treća manifestacija Srednjovjekovnih svečanosti.		
Autor:	(mlm)		
Rubrika, Emisija:	Zagorje	Žanr: izvješće	Naklada:
Ključne riječi:	DVOR VELIKI TABOR, SREDNJOVJEKOVNE SVEČANOSTI U VELIKOM TABORU		
16.9.2014	Školske novine	Stranica/Termin: 15	Hrvatska
Naslov:	Osnovnoškolci: od prolaznika kroz baštinske ustanove do korisnika baštine		
Sadržaj:	U sklopu ekscurzija i terenske nastave u osnovnoj školi se od prvog do osmog razreda posjećuju različiti brojni muzeji i baštinske ustanove i njihov je cilj, odnosno didaktičko značenje takva oblika nastave, ne samo da se o baštini saznaje i učini na mjestu njezina		
Autor:	Denis Vincek		
Rubrika, Emisija:	Tema broja	Žanr: izvješće	Naklada:
Ključne riječi:	MUZEJ KRAPINSKIH NEANDERTALACA, MUZEJI HRVATSKOG ZAGORJA, DVORAC		
16.9.2014	Školske novine	Stranica/Termin: 24	Hrvatska
Naslov:	Obilježen dan Hrvatskog olimpijskog odbora		
Sadržaj:	GORNJA STUBICA OŠ MATIJE GUPCA		
Autor:	Ines KrušeljVidas		
Rubrika, Emisija:	Suradnici javljaju	Žanr: izvješće	Naklada:
Ključne riječi:	MUZEJ SELJAKIHBUNA		
22.9.2014	www.croenergo.eu	Stranica/Termin:	Hrvatska
Naslov:	Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini		
Sadržaj:	Program Saveza za energetiku Hrvatske odnosi se na poticanje kreativnih, inovativnih i modernih mehanizama za razvoj hrvatskog turizma s ciljem...		
Autor:			
Rubrika, Emisija:		Žanr: Internetsko	Naklada:
Ključne riječi:	MUZEJI HRVATSKOG ZAGORJA, NEANDERTALCI, MUZEJ KRAPINSKIH		
22.9.2014	www.poslovni.hr	Stranica/Termin:	Hrvatska
Naslov:	Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini		
Sadržaj:	Savez za energetiku Hrvatske, već petu godinu zaredom, putem javnog natječenja bira dobitnike prestižne godišnje nagrade za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj.		
Autor:	Croenergo.eu		
Rubrika, Emisija:		Žanr: Internetsko	Naklada:
Ključne riječi:	LJETNA GEOLOŠKA ŠKOLA, NEANDERTALCI, MUZEJ KRAPINSKIH NEANDERTALACA,		
22.9.2014	www.vecernji.hr	Stranica/Termin:	Hrvatska
Naslov:	Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini		
Sadržaj:	Savez za energetiku Hrvatske, već petu godinu zaredom, putem javnog natječenja bira dobitnike prestižne godišnje nagrade za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj - CBTour. Obzirom na jubilarnu godinu provedbe projekta,		
Autor:			
Rubrika, Emisija:		Žanr: Internetsko	Naklada:
Ključne riječi:	MUZEJI HRVATSKOG ZAGORJA, NEANDERTALCI, MUZEJ KRAPINSKIH		

Naslov: Vitezovi i dvorske lude zadivili i velike i male posjetitelje

Autor: (mlm)

Rubrika/Emisija: Zagorje

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 42,11

Naklada:

Ključne riječi: DVOR VELIKI TABOR, SREDNJOVJEKOVNE SVEČANOSTI U VELIKOM



DVOR VELIKI TABOR

Vitezovi i dvorske lude zadivili i velike i male posjetitelje

U Dvoru Veliki Tabor održana je treća manifestacija Srednjovjekovnih svečanosti. Brojni posjetitelji uživali su u nizu programa, a najdojmljivije su bile borbe vitezova i žonglerske točke dvorskih luda. I veliki i mali sudjelovali su u muzejskim radionicama. (mlm)

Naslov: Osnovnoškolci: od prolaznika kroz baštinske ustanove do korisnika baštine

Autor: Denis Vincek

Rubrika/Emisija: Tema broja

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 4.670,45

Naklada:

Ključne riječi: MUZEJ KRAPINSKIH NEANDERTALACA, MUZEJI HRVATSKOG ZAGORJA,

Muzeji i baštinske ustanove kao mjesta nastave



Spomenik Seljačkoj buni u Gornjoj Stubici

Osnovnoškolci: od prolaznika kroz baštinske ustanove do korisnika baštine

U sklopu ekscurzija i terenske nastave u osnovnoj školi se od prvog do osmog razreda posjećuju različiti brojni muzeji i baštinske ustanove i njihov je cilj, odnosno didaktičko značenje takva oblika nastave, ne samo da se o baštini saznaje i uči na mjestu njezina čuvanja, da se jače intelektualno i emocionalno doživi, nego da se učenike motivira za (kasniji) posjet muzejima i drugim baštinskim ustanovama. Cilj je istraživanja, koje je provedeno među osnovcima, utvrditi koliko se učenici završnih razreda uopće prisjećaju posjeta muzejima i drugim baštinskim ustanovama i koliko su oni motivirani za takve posjete

Priredio **Denis Vincek**
dipl. bibliotekar i dipl. novinar, stručni suradnik knjižničar
u OŠ Ante Kovačića, Zlatar
Suradivao **Ivan Rodić**

Kada je riječ o organizaciji nastave, važan čimbenik u stvaranju uvjeta za izvođenje nastavnog procesa jest mjesto izvođenja nastave. U suvremenoj nastavi usmjerenosti na učenike nastava se tako može održavati ne samo u školskoj zgradi, pod čime podrazumijevamo školske prostorije, ali i školske objekte izvan školske zgrade, nego i obavljajući praksu u različitim ustanovama ili poduzećima. Poseban oblik nastave su školske ekscurzije i školski izleti. Razlika između izleta i ekscurzija sastoji se u tome što izleti služe psihičkoj i fizičkoj rekreaciji učenika, a ekscurzije služe tomu da se izvorno prouče određeni dijelovi nastavnog plana i programa (Poljak, 1985.), što nije moguće

postići tradicionalnom nastavom koja se održava samo u školskoj učionici.

Na temelju Zakona o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi i Statuta škole, Školski odbor donosi na prijedlog Učiteljskog vijeća i pozitivnog mišljenja Vijeća roditelja do 15. rujna tekuće školske godine *Školski kurikulum*. Taj dokument određuje nastavni plan i program izbornih predmeta, izvannastavne i izvanškolske aktivnosti i druge odgojno-obrazovne aktivnosti, programe i projekte prema smjernicama Hrvatskog nacionalnog obrazovnog standarda. Tako su i učeničke ekscurzije kao i terenska nastava navedene u Školskom kurikulumu svake škole.

Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi

kaže da se odgojno-obrazovna djelatnost u školskoj ustanovi temelji na autonomiji planiranja i organizacije te slobodi pedagoškog i metodičkog rada. To znači da se plan ekscurzija i terenske nastave razlikuje od škole do škole, no on mora biti načinjen u skladu s nacionalnim kurikulumom, državnim pedagoškim standardima i nastavnim planovima i programima. Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi propisuje isto tako da uza svaku ekscurziju i izlet moraju biti navedene i opširno razrađene u Školskom kurikulumu sljedeće stavke: aktivnost (konkretno, za potrebe ovoga teksta misli se na ekscurzije i terensku nastavu), ciljevi, namjena, nositelji, način realizacije, vremenik, de-

taljan troškovnik i način vrednovanja.

U sklopu ekscurzija i terenske nastave u osnovnoj školi se od prvog do osmog razreda posjećuju različiti brojni muzeji i baštinske ustanove, i njihov je cilj, odnosno didaktičko značenje takva oblika nastave, ne samo da se o baštini saznaje i uči na mjestu njezina čuvanja, da se jače intelektualno i emocionalno doživi, nego da se učenike motivira za (kasniji) posjet muzejima i drugim baštinskim ustanovama.

Cilj je istraživanja, koje je provedeno u jednoj osnovnoj školi u *Krapinsko-zagorskoj* županiji, utvrditi koliko se učenici završnih razreda uopće prisjećaju posjeta muzejima i drugim baštinskim ustanovama i koliko su oni motivirani za takve posjete.



Namjera je bila potvrditi ili odbaciti sljedeće hipoteze: 1. Učenici osmih razreda sjećaju se manje od četvrtine muzeja i drugih baštinskih institucija koje su posjetili tijekom osam godina dotadašnjeg školovanja; 2. Učenici nisu u školi bili pripremljeni za posjete muzejima i drugim baštinskim ustanovama; 3. Nakon posjeta muzejima i drugim baštinskim ustanovama učenici se u školi ili kod kuće više nisu bavili tom temom.

Što učenici najviše pamte

Anketni upitnik sadržavao je 14 pitanja, od kojih je 13 bilo zatvorena tipa, a samo jedno otvorena tipa i u njemu su ispitanici trebali nabrojiti muzeje i druge baštinske institucije koje su tijekom osmogodišnjeg školovanja posjetili. Korištena su zatvorena pitanja s ponuđenim odgovorima nabrojavanja i s ponuđenim odgovorima intenziteta. Za potrebe istraživanja odabran je namjerni uzorak, i to prigodni ili raspoloživi, pa njegovu reprezentativnost i kriterij dovoljnosti ipak treba uzeti s malom ograničenom. Anketni upitnik ispunila su (na satovima SRO-a) 23 učenika 8. a razreda i 18 učenika 8. b razreda. Budući da nije uočena statistički značajna razlika u distribuciji odgovora između ta dva razreda, svi anketni upitnici (uzorak = 41 jedinka) obrađivani su zajedno.

U prvom pitanju ispitanici su trebali nabrojiti muzeje i druge baštinske ustanove koje su posjetili organizirano na školskim ekskurzijama i terenskoj nastavi tijekom osmogodišnjeg školovanja. Kao pomoć da znaju na što se to sve odnosi, za potrebe ovog istraživanja pod pojmom baštinske ustanove uzeti su u obzir (Šola u: *Uvod u muzeologiju*, 1993.), uz muzeje, galerije, sakralni objekti, stari gradovi, dvorci, etno-sela, etno-zbirke, nacionalni parkovi i sl., što je učenici i navedeno u pitanju.

Kao što je spomenuto, svi muzeji i druge baštinske ustanove koje učenici posjećuju u sklopu ekskurzija i terenske nastave navedeni su u Školskom kurikulumu. Za potrebe obrade odgovora na to pitanje ispitivač je prije nego što su učenici ispunjavali anketni upitnik proveo intervju s razrednicima 8. a i 8. b razreda, koji su bili razrednici učeni-

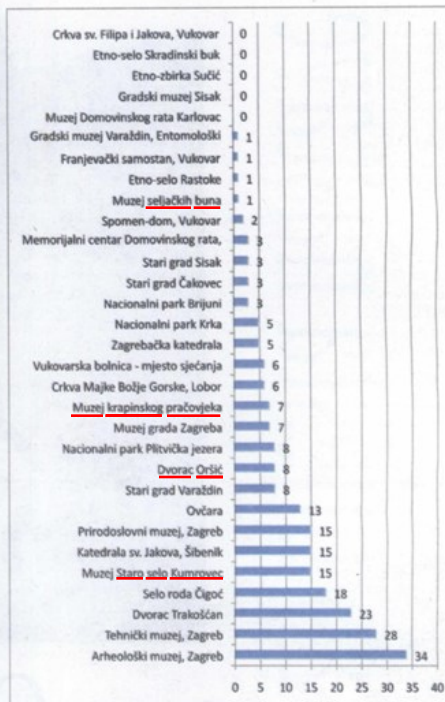
ma osmih razreda od petog do osmog razreda, s učiteljicama koje su im bile razrednice od prvog do četvrtog razreda te s dvojicom učenika iz osmih razreda, kako bi izradio kontrolni popis, koji sadržava sve muzeje i druge baštinske ustanove što su ih osmaši posjetili tijekom osnovnoškolskog obrazovanja. Na popisu se našao tako 31 muzej i druga baštinska ustanova.

U grafikonu na sl. 1. prikazan je broj ispitanika koji se prisjetio i u anketi točno napisao ime pojedine baštinske ustanove. Razvidno je da se od 41 ispitanika, njih najviše (34) prisjetilo Arheološkoga muzeja u Zagrebu. Od ukupno posjećene 31 baštinske ustanove, nijedan ispitanik nije se sjetio čak pet njih. To su crkva sv. Filipa i Jakova u Vukovaru, Etno-zbirka Sučić, Gradski muzej Sisak i Muzej Domovinskog rata u Karlovcu.

Cilj posjeta muzeju: što više naučiti

Uzme li se u obzir činjenica da je bio 41 ispitanik i da su ispitanici tijekom osam godina posjetili 31 muzej i drugu baštinsku ustanovu, ukupan broj mogućih odgovora u anketi bio je 1271, a ispitanici su upisali tek 239 odgovora, odnosno 18,8 posto.

Jedan ispitanik upisao je ime 13 muzeja i baštinskih ustanova, što je najveći broj, a jedan ispitanik upisao je ime samo jedne ustanove (Arheološki muzej u Zagrebu). Nije bilo ispitanika koji su ovo pitanje ostavili neodgovorenim. Uzme li se u obzir broj ispitanika i broj upisanih odgovora, prosječan broj muzeja i drugih baštinskih ustanova koje jedan ispitanik zna nabrojiti iznosi 5,829 (od 31), što (opet) iznosi 18,8 posto svih muzeja i drugih baštinskih ustanova koji su posjećeni tijekom osnovnoškolskog obrazovanja.



Broj ispitanika koji se u anketi prisjetio posjeta pojedinom muzeju ili drugoj baštinskoj ustanovi

Na pitanje koliko je u prosjeku trajao posjet pojedinoj instituciji, 80 posto ispitanika odgovorilo je da trajanje posjeta bilo duže od 45 minuta; trideset i troje ispitanika (80%) misli kako je to dovoljno vremena za razgledanje, dok je osmero anketiranih reklo suprotno.

Čak 95 posto učenika izjasnilo se kako su prigodom posjeta uvijek, odnosno u većini slučajeva imali vodiča. Pitanja o duljini trajanja posjeta i pitanja

stručnom vođenju kroz muzej ili drugu baštinsku instituciju postavljena su u svrhu stjecanja spoznaje o kvaliteti organizacije samog posjeta. Riječ je zapravo o kontrolnim pitanjima jer dobiveni odgovori izravno nisu u svezi s potvrđivanjem ili nepotvrđivanjem hipoteza, ali ipak neizravno ukazuju na to da je posjet muzeju ili drugoj baštinskoj ustanovi organiziran s namjerom da korisnik prilikom posjeta što više nauči odnosno

ISKUSTVA JEDNOG RAZREDNIKA MARIJAN POSARIĆ, PROF. NJEMAČKOG JEZIKA I KNJIŽEVNOSTI I ETNOLOGIJE U OŠ ANTE KOVAČIĆA, ZLATAR

Motivacija učenika za posjet baštinskim ustanovama

S obzirom na to da učenici posjet muzeju obično ne smatraju dijelom nastave, treba ih prije odlaska upoznati sa samom institucijom koju ćemo pohoditi. Važno je učenike pritom upoznati sa svrhom posjeta i naznačiti im koje će spoznaje proširiti

Planiranje, organizacija i provedba pojedinih oblika izvanučioničke nastave izazov je pred kojim se razrednici, zajedno s predmetnim učiteljima, nađu nekoliko puta tijekom nastave, odnosno školske godine. Svaki takav vid organiziranog odgojno-obrazovnog rada izvan školske zgrade, gotovo u pravilu, uključuje i posjet nekoj baštinskoj instituciji.

S obzirom na to da učenici posjet muzeju obično ne smatraju dijelom nastave, treba prije odlaska upoznavati s njima o samoj instituciji koju ćemo pohoditi. Važno je da učenike pritom upoznamo sa svrhom



posjeta i naznačiti im koje će spoznaje proširiti. Prema promjena mjesta učenja i sasvim drukčije ozračje samo po sebi nosi znatan motivacijski potencijal, učenike valja u pripremnj fazi dodatno potaknuti na aktivnost jer treba imati na umu da kod njih, za razliku od „običnih“ posjetitelja muzeja, nedostaje središnji indikator motivacije - dobrovoljnost. Naime, posjet nekoj baštinskoj instituciji u

sklopu izvanučioničke nastave za sve je sudionike oblikatoran. Stoga je na nama razrednicima da pronađemo materijale koji će za učenike biti informativni, inspirativni i motivirajući. U tu nam svrhu mogu poslužiti različite slike, časopisi, brošure, knjige, fotografije i filmovi. Od velike nam koristi mogu biti i replike muzejskih izložaka u vidu suvenira koje i sami učenici mogu donijeti na sat.

Poželjno bi, svakako, bilo da učitelj učenicima podijeli radne listiće koje će oni (individualno, u paru ili po grupama) nakon vlastita istraživanja rješavati na satu, neposredno pred odlazak na terensku nastavu, ili tijekom nje. Igra muzejskog detektiva, u kojoj učenici prema nacrtanim obrisima nekog predmeta istražuju o čemu je riječ, ili pak učenje po postajama, gdje će svaka postaja predstavljati, primjerice, pojedini odjel u nekom muzeju, učinkovito će motivirati učenike.

Naposlijetku, činjenica da većina učenika na izvanučioničku nastavu putuje autobusom, pruža dodatnu mogućnost da

učenici svoje uratke pročitaju tijekom vožnje, neposredno pred dolazak u određenu baštinsku ustanovu.

U svakom slučaju, slijedeći goetheovsko načelo prema kojem „čovjek vidi samo ono što zna i razumije“ (*Man sieht nur, was man weiß und versteht*) dijelim prevladavajuće mišljenje da učenici u baštinsku ustanovu moraju doći manje-više dobro sadržajno pripremljeni i s određenim zadatcima jer znatno je trajnije kad se nadograđuje na predznanja i određena iskustva.

Nakon održane izvanučioničke nastave potrebno je s učenicima u školi razgovarati o dojmovima, analizirati i vrjednovati odrađeno. Prigoda je to da se posjet baštinskoj ustanovi iskoristi kao poticaj za izradu razrednog plakata, pisanje sastavaka, osvrta za školske mrežne stranice, pripremu male izložbe u predvorju škole, izradu powerpoint-prezentacije i slično. Poželjno je da učenici rezultat zajedničkog rada predstave suučenicima, roditeljima i učiteljima.

broj 27 • Zagreb • 16. rujna 2014.

tema broja

školskenovine 17
www.skolskenovine.hr

da ishodi učenja budu ostvareni sukladno Bloomu i drugim taksonomijama za pojedina područja učenja. Čak 83 posto učenika odgovorilo je da je dobro čulo vodiča, 12 posto ga nije čulo jer su bili udaljeni od njega, a pet posto reklo je kako nije čulo vodiča jer je prethodno govorio. Na pitanje što misle o tome kad ih kroz ustanovu vodi vodič, 71 posto učenika odgovorilo je da je to dobro jer se može više naučiti, 24 posto misli kako to nije dobro jer vodič u kratkom vremenu izgovori previše podataka, a riječi kojima se vodič služi za pet posto učenika prestručne i nerazumljive.

Bez pripreme nema nauke

Učenici su bili pitani i kako se pripremaju za posjete muzejima i drugim baštinskim ustanovama koje posjećuju na školskim ekskurzijama i terenskoj

nastavi. Od 41 ispitanika, njih 16 ističe da ih je prije odlaska razrednik odnosno predmetni nastavnik upoznao s ustanovom koju će posjetiti, samo četvero učenika sami su čitali nešto o tome na internetu ili iz nekog drugog izvora informacija, a 21 učenik, što je više od polovine, nije se uopće ni na koji način informirao o muzeju odnosno baštinskoj ustanovi koju su posjetili.

Zanimljiv je i podatak da čak 21 (od 41) učenik ne zna da u muzeju postoji knjiga dojmova.

Sljedećom se skupinom pitanja željelo utvrditi je li izlaskom iz zgrade odnosno prostora muzeja i slične baštinske ustanove učenik prestao razmišljati o viđenom. Odgovorili su pokazali, kao i u prethodnom pitanju, da više od polovine učenika, odnosno njih 24, nakon posjete muzeju ili drugoj baštinskoj



U posjetu Tehničkom muzeju u Zagrebu



Prirodna baština – Slapovi Krke

ustanovi ne čita više o tome. Samo četvero učenika čita o tome na mrežnim stranicama ili u drugim izvorim – i to su oni isti učenici koji informacije traže i prije posjeta – dok je 13 učenika odgovorilo kako su o viđenome razgovarali na predmetnom satu ili satu razrednog odjeljenja.

Sljedeće pitanje na koje su učenici trebali odgovoriti bilo je moraju li u školi pisati sastavak o posjećenoj. Samo jedan učenik odgovorio je „da“, osam učenika odabralo je odgovor „ponekad“, isto toliko odlučilo se za odgovor „rjetko“, a 24 ispitanika, odnosno više od polovine, nikad ne mora pisati sastavak. Onaj jedan učenik – to je u pravilu učenik koji piše o cijelom izletu za školske mrežne stranice odnosno školski list.

Na mrežnim stranicama mnogih škola u fotogalerijama obavljaju se fotografije s razrednih

ekskurzija i terenske nastave u sklopu čega su i fotografije snimljene za posjeta muzejima i drugim baštinskim ustanovama. Web je očito medij koji učenici redovito posjećuju – tako i mrežne stranice škole – pa je 14 učenika odgovorilo kako poslije posjeta na školskom webu pregledava fotografije s posjeta muzeju i drugoj baštinskoj ustanovi, 13 ih ponekad pregledava, osam rjetko, a samo šest nikad. Da učenici žele neko sjećanje na posjet, govori još jedan podatak. Čak 83 posto reklo je da suvenir u muzeju ili drugoj baštinskoj ustanovi kupuje kako bi imali sjećanje na posjet, preostali suvenir kupuju za dar, a samo jedan jedini anketirani učenik nikad ne kupuje suvenire.

McDonald's zanimljiviji od muzeja

Posljednjim pitanjem željelo se provjeriti kakav učenici uopće imaju stav prema posjetima muzejima i drugim baštinskim ustanovama. Rezultat su sljedeći: za šest učenika to je najdosadniji dio izleta, 11 učenika odgovorilo je da nisu zainteresirani za takve posjete no i oni su dio izleta, dok 12 učenika misli kako to nije toliko važno. Samo 12 učenika, odnosno 29 posto ispitanih, navodi kako ih posjet muzeju ili drugoj baštinskoj ustanovi jako zanima.

Ovim se istraživanjem, dođuše na malom uzorku, željelo dati odgovor na pitanje jesu li učenici uopće motivirani za posjete baštinskim ustanovama koji su u sklopu školskih ekskurzija i terenske nastave tijekom osnovnoškolskog obrazovanja i jesu li učenici stvarni korisnici baštine ili kroz muzeje, galerije, crkve, parkove prirode, etno-sela, nacionalne parkove i dr. prolaze samo zato jer je to odlučio netko drugi i jer se i to mora posjetiti. Uostalom, ne jedanput je autor ovoga rada, ispravljajući i korigirajući učeničke sastavke za školski list i školske mrežne stranice, primijetio da posjet muzejima i drugim baštinskim ustanovama u tim sastavcima zauzima skoro jednaki broj riječi kao i opis posjeta restorano u kojemu se toga dana ručalo i/ili McDonald'su koji je nezaobilazni dio svake ekskurzije odnosno učeničke terenske nastave.

PROF. DR. SC. ŽARKA VUJIĆ, FILOZOFSKI FAKULTET, ZAGREB

Velika edukacijska uloga muzeja

Školska je populacija prepoznata kao potencijalna publika muzeja također vrlo rano i to zbog jasne edukacijske uloge muzeja koja je nazočna zapravo od prvih godina postojanja javnih muzeja kakve mi danas poznajemo, a koji su rođeni u društvenim okolnostima Francuske revolucije

Istraživanje posjetitelja muzeja, galerija i spomeničkih lokaliteta prisutno je na svoj način od prvih desetljeća 20. stoljeća. Kustos u Bostonskom umjetničkom muzeju Benjamin Gilman 1916. je izišao u javnost s opažanjima o problemima posjetitelja u svom muzeju i s glasovitim pojmom muzejskog umora (museum fatigue) koji je tada prepoznat zapravo kao fizički umor.

Školska je populacija prepoznata kao potencijalna publika muzeja također vrlo rano i to zbog jasne edukacijske uloge muzeja koja je nazočna zapravo od prvih godina postojanja javnih muzeja kakve mi danas poznaje-



mo, a koji su rođeni u društvenim okolnostima Francuske revolucije.

Istražujući važne točke povijesti istraživanja posjetitelja muzeja u Hrvatskoj morala sam se zaustaviti i na razdoblju iza Drugog svjetskog rata i na tekstu našeg poznatog muzeologa Zdenka Vojnovića (1912. – 1954.) o naučno-prosvjetnim zadacima muzeja iz 1953. godine (*Muzeologija*, br. 1), a u kojem, izme-

đu ostalog, progovara o odnosu muzeja i škole. Neke od njegovih rečenica o nepripremljenosti posjeta, stihijskom posjetu, slabom korištenju ponude muzeja unutar nastavnih jedinica itd. mogli bismo bez ostatka ispisati i danas.

Godine 1967. provedeno je naše prvo stručno istraživanje posjetitelja Hrvatskog povijesnog muzeja, a odmah za tim iduće godine uslijedilo je istraživanje među školskom populacijom – što omladina i turisti misle o muzejima. Sestotinjak učenika zagrebačkih škola odgovaralo je u svom školskom okruženju samo na tri pitanja – u koliko su muzeja bili, što misle o muzejima općenito i što predlažu kako bi se poboljšao rad muzeja. Tako se dobila bolja slika odnosa mladih prema muzejima koji su pokazali iznenađujuć veliki interes za zanimljiva zapažanja koja se odnose na predmete u zbirka, legende, uređenje prostora, škripu parketa, odnos čuvara prema posjetiteljima itd...

No, vratimo se suvremenoj anketi. Rezultate sam očekivala, no drugačije je kad ih naslućujemo, a drugačije kad imamo argumente. Kako poboljšati stanje? Iz

osobnog života koji je protekao u obitelji prosvjetnog radnika znam koliko je važan taj obrazac ponašanja odraslih koji vas okružuje, njihovo prepoznavanje važnosti baštine i baštinskih vrijednosti. Prema mom sudu konstruiranje baštine, njeno očuvanje izvan i unutar ustanova brige za baštinu mora biti dio i sustavnog obrazovanja nastavnika, a ne samo zavisiti o pojedinačnim naporima (dobri primjeri koje poznam iz škola u Hrvatskoj počivaju na tome). Iskoristit ću priliku i istaknuti svoju Katedru za muzeologiju i Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta koji mogu u tome pomoći. Posebno važnost ovog sadržaja u formiranju mladih ljudi moraju shvatiti i oni koji vode obrazovnu politiku i mogu doprinijeti dajući podršku nastavnim programima koji će jače uzeti u obzir kulturno i prirodno naslijeđe, uključiti fleksibilnije oblike obrazovanja, pogotovo u neformalnom okruženju muzeja. Imam dojam da su trenutno muzeji, galerije i sl. ustanove spremnije za zajednički rad na tome, posebice ojačane djelovanjem Sekcije za muzejsku pedagogiju i kulturnu akciju HMD-a. Svaka je davanje važnosti ovoj temi u Školskim novinama prilog promjenama i na drugoj strani, u našim školama.



Pred crkvom sv. Marka u Zagrebu



Upoznavanje etnobaštine – sastavni dio školskog kurikula

Činjenica je da svaki takav izlazak iz škole mora biti u skladu s nastavnim planom i programom jer nije riječ, kako je već rečeno, o izletima koji u prvom redu služe zabavi.

Istraživanjem je potvrđena prva hipoteza. Ne samo da se učenici osmih razreda sjećaju manje od četvrtine baštinskih institucija koje su posjetili tijekom osam godina dotadašnjeg

školanja nego je taj rezultat porazniji – oni su znali imenovati samo 18,8 posto posjećenih muzeja i drugih baštinskih institucija. Potvrđene su i preostale dvije hipoteze: više

od polovine, odnosno 51 posto učenika nije se ni na koji način informirao o muzeju odnosno baštinskoj ustanovi prije samoga posjeta; isto tako više od polovine, odnosno 59 posto

učenika nije poslao ekskurzije, odnosno terenske nastave čitao odnosno istraživalo o muzeju odnosno baštinskoj ustanovi koju su pritom posjetili. Da u školi poslije puta ne moraju o tome pisati nikakav sastavak odgovorilo je čak 59 posto učenika.

Kako to promijeniti? Može li se zapravo to promijeniti kad tek 29 posto ispitanih učenika tvrdi kako ih posjeti muzejima, crkvama, galerijama, etno-selima, etno-zbirkama, nacionalnim parkovima jako zanimaju?

Ipak, nije sve tako crno!

Da sve ipak nije tako crno, govori podatak da 83 posto učenika kupuje suvenir prilikom takvih posjeta jer želi imati neko sjećanje na muzej ili drugu baštinsku ustanovu u kojoj su bili, a 85 posto učenika uvijek, ponekad ili rijetko na školskim mrežnim stranicama pregledava fotografije s tih posjeta.

Odgovor je u motivaciji jer odlazak na terensku nastavu i školsku ekskurziju, koja obuhvaća i posjet muzejima i drugim baštinskim ustanovama, mora sadržavati odgovarajuću motivaciju, kao što je nužno da motivacija bude uvodni dio svakog nastavnog sata. Pritom valja razlikovati intelektualnu motivaciju koja podrazumijeva uvod u ono što će se vidjeti u muzeju ili drugoj baštinskoj ustanovi na kognitivnoj razini – npr. postavljanjem pitanja na koje će odgovor učenici tražiti prilikom posjeta – ali i emocionalnu motivaciju, pod čime se podrazumijeva "stvaranje emocionalne klime u razredu, pozitivno ozračje i poticaji za učenje" (Matijević, Radovanović, 2011.).

No, to nije nešto što se može napraviti preko noći. Izvrstan projekt koji bi mogao poslužiti kao motivacija za posjete muzejima i drugim baštinskim ustanovama je projekt *Ruksak (pun) kulture*. Kao jedan od četiri predviđenih rezultata toga projekta jest to da učenici postanu senzibilizirani za područje umjetnosti i kulture, drugim riječima ne više samo prolaznici kroz muzeje i baštinske institucije, nego pravi korisnici baštine.

MAJA ZRNČIĆ, PROF., MINISTARSTVO KULTURE REPUBLIKE HRVATSKE

Ruksak (pun) kulture u svaki kutak Lijepa Naše

Svako je dijete na ovaj ili onaj način kreativno i zato je važno da se svakom djetetu pruži mogućnost da tu svoju kreativnost pokaže. Škole su i do sada imale različite izvannastavne programe s područja umjetničkog izražavanja, ali ono u čemu je *Ruksak* u potpunosti uspio jest to da je sve te programe objedinio i doveo ih djeci na „kućni prag“



Program *Ruksak (pun) kulture* počeo se provoditi 2013. godine, najprije kao pilot-program, da bi ove godine krenuo „punom parom“ kao jedan od najambicioznijih programa kojim se želi intenzivnije promicati umjetnost i kultura u vrtiću i školi. Cilj mu je priprema i provedba različitih kulturnih i umjetničkih programa prilagođenih djeci i mladima u vrtićima, osnovnim i srednjim školama, u dislociranim i prometno slabije povezanim područjima Republike Hrvatske. Program zajednički provode Ministarstvo kulture i Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta kao dopunski program potpore kurikulumu u vrtićima, osnovnim i srednjim školama.

Program *Ruksaka* obuhvaća kazališnu, filmsku, glazbenu, plesnu i likovnu umjetnost te književnost i kulturnu baštinu i napslijetku programe studenata umjetničkih akademija koji uz profesionalne umjetnike i uz mentorstvo svojih profesora sudjeluju u izvođenju programa. O dosadašnjim rezultatima i iskustvima u provođenju projekta *Ruksak (pun) kulture* govori njegova voditeljica Maja Zrnčić.

„U prvoj polovici ove godine bili smo u deset županija, prešli 6090 kilometara, programi su održani na dvadeset lokacija u koje je bilo uključeno 1122 djece, a u izvedbi programa i radionica sudjelovalo je pedesetak umjetnika, 11 glazbenika, osam plesača, sedam glumaca, četiri likovna umjetnika, pet povjesničara umjetnosti i pet studenata umjetničkih akademija. Planirano je da se u ovoj godini program održi na 100 lokacija, a zainteresirane škole i vrtići javljali su nam se putem javnoga poziva koji je objavio Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta. Na javni poziv javilo se preko tri stotine vrtića i škola. Odabrali smo njih stotinu – 40 vrtića i 60 škola – koje ćemo obići u 2014. godini. Već smo obišli dvadesetak lokacija, a sada ćemo intenzivno do kraja ove kalendarske godine biti gotovo svaki dan na putu i obići ostale vrtiće i škole izvedeći programe koje smo također odabrali na temelju javnoga poziva na koji su se javile umjetničke organizacije i samostalni umjetnici.

Nakon svakoga nastupa, odnosno izvedbe programa, pro-

vodi se evaluacija za korisnike programa, djecu te njihove odgojitelje, učenike, učitelje i stručne suradnike i moram reći da ni jedan program do sada nije dobio ocjenu manju od četiri.

Iskustva s terena, gdje god smo bili, iznimno su pozitivna – svi se vesele našem dolasku, jer djeci su takvi programi potrebni, naročito u prometno izoliranim područjima jer ta djeca nisu u mogućnosti, poput djece u gradu ili u prigradskim sredinama često ći u kazalište na koncerte, izložbe... Spomenula bih posjet jednoj romskoj školi u Medimurju gdje je izveden koncert s harfama koje ta djeca, gotovo sam sigurna, nikada nisu vidjela uživo, niti su imala prigodu slušati koncert za harfe. Ovaj put ta su djeca, a riječ je bila o djeci nižih razreda osnovne škole, imala prigodu vidjeti instrumente, biti na koncertu i usto oni koji su htjeli mogli su nakon koncerta, pod vodstvom harfistica, naučiti svirati na harfi neku jednostavnu melodiju.

U jednoj drugoj školi za učenike viših razreda osnovne škole priredili smo program nazvan

Jazz na kotačima. Većini djece bio je to prvi susret s tom vrste glazbe. Moram još napomenuti da mi uz svaki program koji se izvodi obvezatno organiziramo i radionicu za djecu i učenike, pa su tako i u ovoj školi učenici imali prigodu i naučiti pjevati pojedine pjesme u jazz obradi. Jednoj smo školi, u kojoj smo održali likovnu radionicu, poklonili grafičku prešu i vjerujem da će nakon radionice na kojoj su učenici učili kako se radi u toj tehnici likovni odgoj u toj školi dobiti sasvim novu dimenziju.

Svako je dijete na ovaj ili onaj način kreativno i zato je važno da se svakom djetetu pruži mogućnost da tu svoju kreativnost pokaže, izrazi. Škole su i do sada imale različite izvannastavne programe s područja umjetničkog izražavanja – likovnog, glazbenog, literarnog – ali ono u čemu je *Ruksak* u potpunosti uspio jest to da je sve te programe objedinio i doveo ih djeci na „kućni prag“ i u onim najudaljenijim područnim školama u kojima dosad nisu imala prigodu susresti se s takvim vrstama aktivnosti i u tom obliku.



Ruksak (pun) kulture u OS Čitla PS Dubrava - Istraživači izgubljenog blaga svoga zavičaja

Naslov: Obilježen dan Hrvatskog olimpijskog odbora

Autor: Ines Krušelj-Vidas

Rubrika/Emisija: Suradnici javljaju

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 389,10

Naklada:

Ključne riječi: MUZEJ SELJA KIH BUNA



GORNJA STUBICA OŠ MATIJE GUPCA

Obilježen dan Hrvatskog olimpijskog odbora

Sudjelovali su učenici u natjecanju u kategorijama po uzrastu (razredu) i prema spolu u sljedećim disciplinama: sprint trčanje, trčanje na duge pruge i bacanje „topovske kugle” (medicinke)

U OŠ Matije Gupca iz Gornje Stubice u srijedu 10. rujna obilježen je Dan Hrvatskog olimpijskog odbora, kao i uvijek dosad na kreativan način. Ove su godine svi učenici škole na jedan školski sat postali Gupčevi seljaci. Zahvaljujući plodnoj suradnji s Muzejom seljačkih buna iz Gornje Stubice, učenicima je omogućeno da i u školi bude barem jedan detalj oživljene prošlosti. Tahyjevu autentičnost potvrdili su nam u Muzeju potpisom da jamče za njegovu odoru.

Sportskim aktivnostima koje vuku korijene još od antičkih dana vježbali su svoje mišice i spretnost. Sudjelovali su u natjecanju u kategorijama po uzrastu (razredu) i prema spolu u sljedećim disciplinama: sprint trčanje, trčanje na duge pruge, bacanje „topovske kugle” (medicinke). Sve su to zapravo bile pripreme za veliki napad na Tahyjev dvorac (gađanje loptama). Među „seljacima” u olimpijskim disciplinama istaknuli su se trostruki pobjednici: Sara Zebec, Gabrijel Haramustek i Lovro Novina.

Iako je cijela aktivnost trajala četiri školska sata (za pojedini razred samo jedan sat) pružila je svima puno razonode i veselja. Posebno su zanimljive bile priče zloglasnog Franje Tahyja za kojeg su neki, kad su ga vidjeli, rekli da je to učitelj iz naše škole. Tahy je osobno izjavio da su to možda neka zamišljanja o njegovom životu u dalekoj budućnosti, ali



1573. kada su se događali napadi na njegov dvorac on je bio samo jedan velikaš s puno problema koje su mu priređivali kmetovi na njegovim posjedu. U ovogodišnjim povijesnim napadima dvorac je srušen samo dva puta. Srušile su ga djevojčice iz šestih razreda i učenici 2. b. U svim ostalim slučajevima povijest je ostala nepromijenjena i Tahy je slavio pobjedu.

Ovom aktivnošću započeta je Comeniusova Sporture kampanja „Vrati osmjech na svačije lice – zdrav u pet koraka”. Prvo je korak: ugasi TV ili računalo i postani aktivniji, a ostala četiri su: Jedi manje grickalice i odaberi zdraviju hranu, Budi aktivan svaki dan, Jedi više voća i povrća te Izaberi vodu kao piće. Program je osmislio učitelj tjelesne kulture Dominik Karajić uz svesrdnu pomoć kolega Slavena Belinića, Marka Mihaljinca i knjižničarke Ines Krušelj-Vidas kao i svih ostalih učiteljica i učitelja OŠ Matije Gupca iz Gornje Stubice.

Ines Krušelj-Vidas

Naslov: Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini

Autor:

Rubrika/Emisija:

Žanr: Internetsko izvješće

Površina/Trajanje: 2.494,80

Naklada:

Ključne riječi: MUZEJI HRVATSKOG ZAGORJA, NEANDERTALCI, MUZEJ KRAPINSKIH

<http://www.croenergo.eu/Ovo-su-TOP-projekti-hrvatskog-kreativnog-i-inovativnog-turizma-u-2014-godini-23370.aspx>BAZA POSLOVNIH SUBJEKATA | ENERGOSTORE | FOSCROT | GREEN MARK | GREENVEST | AKCIJA BOSCH I BUDERUS PAKETA | [Prijava](#) | [Registracija](#)pretražite [croenergo.eu](http://www.croenergo.eu)

TRAŽI

BIZ | **Energija** | Lifestyle | Okoliš | Politika | Prijevoz | Tehnologije | Tržišta | Vezano | Zelena gradnja | Znanost | LG | NET

Potpuno drugačiji doživljaj vožnje?
To je moguće samo uz električni bicikl
FREEDUCK2

Novi smjer održive mobilnosti.



SPECIJALI

Power and productivity
for a better world™**ABB**

Vrhunske tehnologije globalnog dobavljača



VIJESTI IZ GRUPACIJE

Ovo su TOP projekti hrvatskog
kreativnog i inovativnog turizma u
2014. godini

Zagreb, 22. rujna 2014. - Savez za energetiku Hrvatske, već petu godinu zaredom, putem javnog natječaja bira dobitnike prestižne godišnje nagrade za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj - CBTour. Obzirom na jubilarnu godinu provedbe projekta, nagrade će se dodijeliti u okviru završne svečanosti Saveza u mjesecu prosincu, a kada će se okupiti i gospodarstvenici i predstavnici 40 dobitnika nagrade od 2010.-2013. godine te predstavnici dobitnika nagrade za 2014. godinu. Tom prigodom Savez će predstaviti i višjezični vodič 'Doživite kreativnu i inovativnu Hrvatsku'.

Program Saveza za energetiku Hrvatske odnosi se na poticanje kreativnih, inovativnih i modernih mehanizama za razvoj hrvatskog turizma s ciljem uspješnijeg plasmana hrvatske poslovno-turističke ponude, sadržaja, proizvoda i usluga na domaće i međunarodno tržište s posebnim naglaskom na održivi razvoj. Cilj programa je sustavno poticanje poslovne zajednice u turističkom sektoru na razvoj konkurentnog, efikasnog i djelotvornog poslovnog turizma.



» Najnovije

- NOVO** Park prirode Biokovo otvara se i sa sjeverne strane
- NOVO** Predstavljamo inovativni električni bicikl FREEDUCK2
- HOT** Na Filipinima možete ručati u podnožju vodopada

Kao i u protekle četiri godine, nagrada će se dodijeliti u ukupno devet kategorija i to za najbolji ukupni program, najbolji program odgovornog turizma, najbolji team building program, najbolji kreativni program, najbolji marketinški program, najbolju uslugu, najbolji proizvod, najbolju tehnologiju te za najboljeg menadžera. Tradicionalno, deseta odnosno posebna nagrada biti će dodijeljena za najbolji projekt od svih pristiglih prijava i koja se veže uz ovogodišnju temu Svjetskog dana turizma "Turizam i razvoj zajednice".

Nakon provedenog javnog natječaja putem internetskih stranica www.CBTour.eu te analize prispjelih prijava, odabrani su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini:

U kategoriji najbolji ukupni program nagradu je dobila tvrtka **Stella Mediterranea iz Klisa za projekt pod nazivom "Jučer - Danas - Sutra"** čiji je cilj gostima, na posve individualan način, prezentirati hrvatsku tradiciju i kulturu kroz društveno odgovorno poslovanje. Uz niz inovativnih atraktivnosti i posve zaokruženu turističku priču, gostima se pruža mogućnost i ulaska u vlastiti suvremeni pogon hrane koja se proizvodi po hrvatskim tradicionalnim receptima.

U kategoriji najbolji program odgovornog turizma i najbolji team building program nagrade je dobila tvrtka **Ilirija d.d. iz Biograda na Moru za projekt pod nazivom "Arsenal: Revitaliziran spomenik baštine u funkciji organizacije poslovnih događaja"**. Ovaj jedinstveni proizvod mediteranske arhitekture revitaliziran je u funkcionalni spoj kulturne, ugostiteljske i event ponude te uspješno njeguje ulogu mjesta susreta ljudi različitih interesa. Cilj ovog projekta revitalizacije spomenika baštine je stvaranje kvalitetne ponude destinacije s naglaskom na poslovni i MICE turizam. Arsenal se posebno ističe svojom očuvanom arhitekturom, veličinom prostora (1.800 m²), multifunkcionalnošću, kapacitetom osoba koje može primiti (do 1.200), položajem te pružanjem cjelovite i zaokružene usluge.

U kategoriji najbolji kreativni program nagradu je dobio **Muzej krapinskih neandertalaca iz Krapine za projekt "XV. Ljetna geološka škola"**, a riječ je o tradicionalnom edukativnom programu spomenutog muzeja koji se tradicionalno održava od 2000. godine i koji sadrži geološke i paleontološke radionice. Sudjelujući u radionicama njihovim se polaznicima približava geološka i paleontološka znanost te pružaju mnoga znanja o mineralima i fosilima, razvoju života na zemlji, različitim pretpovijesnim vrstama te praljudima.

U kategoriji najbolji marketinški program i najbolji menadžer nagradu je dobila tvrtka **Tip Kreativa d.o.o. iz Zagreba odnosno gospođa Željka Kunštek, vlasnica spomenutog poduzeća i glavna urednica magazina tipTravel, a za projekt pod nazivom "tipTravel magazine"**. Riječ je prvom hrvatskom (isključivo) digitalnom magazinu o turizmu i putovanjima kojeg su, do sada, korisnici preuzeli iz čak 91 zemlje svijeta. Magazin je usmjeren na domaće i strane turiste kojima želi približiti Hrvatsku kao destinaciju, predstaviti im mogućnosti za provođenje odmora u hrvatskim destinacijama, ali i Hrvatsku kao kvalitetnu destinaciju za kongresni i poslovni turizam i sl. Osim što donosi autorske reportaže, donosi i niz zanimljivih rubrika poput "Online Hrvatska", "Hrvatska kroz filateliju" i druge.

U kategoriji najbolja usluga nagradu je dobila zajednica prijavitelja i to tvrtke **Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. iz Zagreba te Turistička zajednica grada Zagreba iz Zagreba, a za projekt pod nazivom "Dvorišta"**. Cilj projekt je revitalizacija povijesne jezgre grada Zagreba (Gornji grad) kroz različite sadržaje i kulturne programe namijenjene turistima i građanima, otkriti skrivena dvorišta zagrebačkog Gornjeg grada, motivirati lokalno stanovništvo da posjete događanja i postanu ambasadori turističkih atrakcija u gradu i kulturne baštine Zagreba, potaknuti institucije na Gornjem gradu da otvore svoja vrata građanima i drugo. Riječ je o jedinstvenoj kulturno-turističkoj manifestaciji koja javnosti otkriva skrivena dvorišta i vrtove zagrebačkog Gornjeg grada, a kao inovativnost projekta ističe se proširivanje namjene svakog dvorišta iz "okućnice" u "mjesto boravka i druženja".

U kategoriji najbolji proizvod nagradu je dobila **Turistička zajednica grada Solina iz Solina za projekt pod nazivom "Poslovno turistički promotivni suvenir "Podložak za post-it notes - Solin hit destinacija 2014"**, a riječ je promotivnom suveniru spomenute turističke zajednice koji na inovativan način prezentira atrakcije grada Solina sugerirajući kroz oblik ruke potencijalnom posjetitelju kako je Solin destinacija "za 5" navodeći pritom 5 glavnih razloga zašto posjetiti Solin i zašto je Solin hit destinacija 2014. godine, kao i svih proteklih godina. Projektom je istaknuta promidžba grada Solina i uvrštavanje istog u turističke itinerere turističkih agencija.

U kategoriji najbolja tehnologija nagradu je dobila tvrtka **Lemax d.o.o. iz Šibenika za projekt pod nazivom "iTravel Software - rezervacijski sustav"**. Riječ je proizvodu koji

HOT Ovaj zeleni danski vrtić pravi je mali raj za djecu

HOT Čarapa za bicikle štiti vašu kuću ili stan od prljavih guma!

HOT Milijunti posjetitelj Plitvičkih jezera 2014. je Južnokorejac

HOT Posebna promotivna akcija Panda - uređaj za jednu kunu (2. ciklus)

HOT Završen prvi ciklus akcije "Panda za jednu kunu"



» Prijava na newsletter

Prijavite se na naš newsletter i primajte najnovije informacije s portala croenergo.eu

Vaša e-mail adresa



» Najčitanije

- 1** SAD: Ugljikove nanocijevi bilo koju površinu pretvaraju u solarnu bateriju
- 2** Ova inovativna barijera od poplava šteti vaš novac
- 3** 4 milijuna kuna iz Fonda za mjere povećanja energetske učinkovitosti u promet...
- 4** Lokaciju buduće inovativne geotermalne elektrane i lječilišno-turističkog kom...
- 5** Vlada bi danas trebala usvojiti prijedlog Zakona o energetske učinkovitosti
- 6** Indijski orbiter sljedećeg tjedna možda kruži oko Marsa
- 7** Otvoreno prvo postrojenje za pohranu energije iz OIE
- 8** VIDEO: Ovaj električni automobil ide na morsku vodu!



automatizira sve poslovne procese turističkih subjekata te koji turističkim agencijama omogućava kreiranje i unos svih relevantnih podataka, prodaju, praćenje, izradu potrebne dokumentacije, upravljanje grupama gostiju, povezivanje s knjigovodstvom, povezivanje različitih poslovnica, uređivanje web sadržaja i drugo. Cilj projekta je omogućiti turističkim subjektima automatiziranje poslovanja te konkurentnije probijanje na tržištu. Ako govorimo o inovativnom aspektu, riječ je o jedinom programu u Hrvatskoj koji nudi kompletno back-office rješenje za poslovanje svih turističkih agencija, za sve vrste njihova proizvoda i usluga te za sve odjele u poduzeću turističke agencije, a odlikuje ga i poveznica na globalne dobavljače distribucijskih proizvoda i usluga te je integriran sa Amedeus i Galileo sustavom za bukiranje avio karata.

Odlukom predsjednika Saveza za energetiku Hrvatske posebna nagrada na temu ovogodišnjeg Svjetskog dana turizma "Turizam i razvoj zajednice" pripala je tvrtki **Tip Kreativa d.o.o.** iz Zagreba za projekt pod nazivom "tipTravel magazine", a radi izrazitih zasluga u promociji hrvatske turističke ponude na nacionalnom i posebno inozemnom tržištu.

Nagradu CBTour od 2010.-2013. godine dobilo je ukupno 40 hrvatskih turističkih subjekata, a dodjelom 5. po redu nagrade prethodno navedenim dobitnicima u mjesecu prosincu taj će broj iznositi 50. Oni ovogodišnji dobitnici nagrade CBTour koji još uvijek nisu korisnici iz ranijih godina, ostvariti će i pravo na petogodišnje korištenje i isticanje GREEN MARK-a - vodeće hrvatske oznake za izvrsnost u zelenom gospodarstvu. Odnosno, pravo na korištenje i isticanje spomenute oznake u 2014. godini kroz projekt CBTour 2014. ostvarili su: Stella Mediterranea d.o.o., Ilirija d.d., **Muzej krapinskih neandertalaca**, Tip Kreativa d.o.o., Katapult promocija d.o.o., G.A.D. produkcija d.o.o., Turistička zajednica grada Zagreba, Turistička zajednica grada Solina te Lemax d.o.o..

Autor: © Portal croenergo.eu (T.M.) / ENERGO MEDIA SERVIS

TAGOVI: CROENERGO.EU - ENERGIJA I OKOLIŠ NA JEDNOM MJESTU (ČLANCI 22.09.2014.) , SAVEZ ZA ENERGETIKU HRVATSKE (2014.)

» Vezane teme



Zemlja će dosegnuti kritični temperaturni prag za 30 godina

- Domaćem agraru prijeti uvozna katastrofa
- RS neće dopustiti ulazak BiH u energetske blok protiv Rusije
- Američki satelit MAVEN ušao u orbitu Marsa
- G20 potaknut će svjetsko gospodarstvo s 2.000 milijardi dolara
- Kina zadovoljava 30% svojih potreba iz "čistih" izvora energije
- Proizvodnja iz solarnih elektrana obara nove rekorde u Italiji
- Park prirode Biokovo otvara se i sa sjeverne strane
- Klimatske promjene: Traže se konkretne inicijative
- Više od milijun kuna potpore za povećanje energetske učinkovitosti kućanstava te nabavu električnih bicikala i niskoemisijskih vozila



U Osječko-baranjskoj županiji i dalje u pripravnosti zbog visoke Drave

- Sljedeće godine počinje novo malo ledeno doba
- Siemens kupuje Dresser Rand za 7,6 mlrd. dolara
- Gotovo 5 milijardi kuna potrebnih za izgradnju 13 centara za gospodarenje otpadom osigurano u visini 90% iz EU fondova i Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost
- New York: Deseci tisuća ljudi na "Maršu za klimu"
- IRENA: Obnovljivi izvori mogu zadovoljiti globalne potrebe za energijom
- Predstavljamo inovativni električni bicikl FREEDUCK2
- U Resniku održan prosvjed protiv gradnje spalionice otpada
- NASA-ina letjelica se približila Marsu gdje će tražiti nestalu vodu
- Otvoren postupak za iskaz interesa za grupni nastup na World Future Energy Summitu pod okriljem Saveza za energetiku Hrvatske u Abu Dhabiju 2015.

» Komentari

Vaš komentar...

pošalji komentar

4000 znakova

Prerađiva drva
Drveni elementi
Gotovi proizvodi

GEC GP d.o.o.
Industrijska zona Delnice-Lučice
Telefon: 051-508-196 | gecgp@gecgp.hr | www.gecgp.hr

Priključi se tudi ti!

www.fe.um.si

FAKULTETA ZA ENERGETIKO
krško - velenje

22.9.2014 www.poslovnih.hr

Stranica/Termini

Naslov: Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini

Autor: Croenergo.eu

Rubrika/Emisija:

Žanr: Internetsko izvješće

Površina/Trajanje: 3.742,20

Naklada:

Ključne riječi: LJETNA GEOLOŠKA ŠKOLA, NEANDERTALCI, MUZEJ KRAPINSKIH

<http://www.poslovnih.hr/hrvatska/ovo-su-top-projekti-hrvatskog-kreativnog-i-inovativnog-turizma-u-2014-godini-279780>

Pregled dana Burza Live Fondovi Dionička društva Forum

Login Registracija Pretplata

Poslovni dnevnik

POSLOVNI UZLET

PCZ

SPECIJALI

EVENTI

Q

VIJESTI | KOMPANJE | FINANCIJSKA TRŽIŠTA | PODUZETNIK | KOMENTARI | MARKETING&MEDJI | TEHNOLOGIJA | AFTER 5

iPress
ISTARSKI NEWS PORTAL

Vaš prostor slobode

Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini

Hrvatska 22.9.2014. 15:41 Croenergo.eu

1. 1
2. 0

Savez za energetiku Hrvatske, već petu godinu zaredom, putem javnog natječaja bira dobitnike prestižne godišnje nagrade za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj.



Autor: © Portal croenergo.eu (T.M.) / ENERGO MEDIA SERVIS

Savez za energetiku Hrvatske, već petu godinu zaredom, putem javnog natječaja bira dobitnike prestižne godišnje nagrade za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj - CBTour. Obzirom na jubilarnu godinu provedbe projekta, nagrade će se dodijeliti u okviru završne svečanosti Saveza u mjesecu prosincu, a kada će se okupiti i gospodarstvenici i predstavnici 40 dobitnika nagrade od 2010.-2013. godine te predstavnici dobitnika nagrade za 2014. godinu. Tom prigodom Savez će predstaviti i višejezični vodič 'Doživite kreativnu i inovativnu Hrvatsku'.

Program Saveza za energetiku Hrvatske odnosi se na poticanje kreativnih, inovativnih i modernih mehanizama za razvoj hrvatskog turizma s ciljem uspješnijeg plasmana hrvatske poslovno-turističke ponude, sadržaja, proizvoda i usluga na domaće i međunarodno tržište s posebnim naglaskom na održivi razvoj. Cilj programa je sustavno poticanje poslovne zajednice u turističkom sektoru na razvoj konkurentnog, efikasnog i djelotvornog poslovnog turizma.

Kao i u protekle četiri godine, nagrada će se dodijeliti u ukupno devet kategorija i to za najbolji ukupni program, najbolji program odgovornog turizma, najbolji team building program, najbolji kreativni program, najbolji marketinški program, najbolju uslugu, najbolji proizvod, najbolju tehnologiju te za najboljeg menadžera. Tradicionalno, deseta odnosno posebna nagrada biti će dodijeljena za najbolji projekt od svih pristiglih prijava i koja se veže uz ovogodišnju temu Svjetskog dana turizma "Turizam i razvoj zajednice".

Nakon provedenog javnog natječaja putem internetskih stranica www.CBTour.eu te analize prispjelih prijava, odabrani su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini:

U kategoriji najbolji ukupni program nagradu je dobila tvrtka Stella Mediterranea iz Klisa za projekt pod nazivom "Jučer - Danas - Sutra" čiji je cilj gostima, na posve individualan način, prezentirati hrvatsku tradiciju i kulturu kroz društveno odgovorno poslovanje. Uz niz inovativnih atraktivnosti i posve zaokruženu turističku priču, gostima se pruža mogućnost i ulaska u vlastiti suvremeni pogon hrane koja se proizvodi po hrvatskim tradicionalnim receptima.

U kategoriji najbolji program odgovornog turizma i najbolji team building program nagrade je dobila tvrtka Ilirija d.d. iz Biograda na Moru za projekt pod nazivom "Arsenal: Revitaliziran spomenik baštine u funkciji organizacije poslovnih događaja". Ovaj jedinstveni proizvod mediteranske arhitekture revitaliziran je u funkcionalni spoj kulturne, ugostiteljske i event ponude te uspješno njeguje ulogu mjesta susreta ljudi različitih interesa. Cilj ovog projekta revitalizacije spomenika baštine je stvaranje kvalitetne ponude destinacije s naglaskom na poslovni i MICE turizam. Arsenal se posebno ističe svojom očuvanom arhitekturom, veličinom prostora (1.800 m²), multifunkcionalnošću, kapacitetom osoba koje može primiti (do 1.200), položajem te pružanjem cjelovite i zaokružene usluge.

U kategoriji najbolji kreativni program nagradu je dobio Muzej krapinskih neandertalaca iz Krapine za projekt "XV. Ljetna geološka škola", a riječ je o tradicionalnom edukativnom programu spomenutog muzeja koji se tradicionalno održava od 2000. godine i koji sadrži geološke i paleontološke radionice. Sudjelujući u radionicama njihovim se polaznicima približava geološka i paleontološka znanost te pružaju mnoga znanja o mineralima i fosilima, razvoju života na zemlji, različitim pretpovijesnim vrstama te praljudima.

U kategoriji najbolji marketinški program i najbolji menadžer nagradu je dobila tvrtka Tip Kreativa d.o.o. iz Zagreba odnosno gospođa Željka Kunštek, vlasnica spomenutog poduzeća i glavna urednica magazina tipTravel, a za projekt pod nazivom "tipTravel magazine". Riječ je prvom hrvatskom (isključivo) digitalnom magazinu o turizmu i putovanjima kojeg su, do sada, korisnici preuzeli iz čak 91 zemlje svijeta. Magazin je usmjeren na domaće i strane turiste kojima želi približiti Hrvatsku kao destinaciju, predstaviti im mogućnosti za provođenje odmora u hrvatskim destinacijama, ali i Hrvatsku kao kvalitetnu destinaciju za kongresni i poslovni turizam i sl. Osim što donosi autorske reportaže, donosi i niz zanimljivih rubrika poput "Online Hrvatska", "Hrvatska kroz filateliju" i druge.

U kategoriji najbolja usluga nagradu je dobila zajednica prijavitelja i to tvrtke Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. iz Zagreba te Turistička zajednica grada Zagreba iz Zagreba, a za projekt pod nazivom "Dvorišta". Cilj projekta je revitalizacija povijesne jezgre grada Zagreba (Gornji grad) kroz različite sadržaje i kulturne programe namijenjene turistima i građanima, otkriti skrivena dvorišta zagrebačkog Gornjeg grada, motivirati lokalno stanovništvo da posjete događanja i postanu ambasadori turističkih atrakcija u gradu i kulturne baštine Zagreba, potaknuti institucije na Gornjem gradu da otvore svoja vrata građanima i drugo. Riječ je o jedinstvenoj kulturno-turističkoj manifestaciji koja javnosti otkriva skrivena dvorišta i vrtove zagrebačkog Gornjeg grada, a kao inovativnost projekta ističe se proširivanje namjene svakog dvorišta iz "okučnice" u "mjesto boravka i druženja".

U kategoriji najbolji proizvod nagradu je dobila Turistička zajednica grada Solina iz Solina za projekt pod nazivom "Poslovno turistički promotivni suvenir "Podložak za post-it notes - Solin hit destinacija 2014", a riječ je promotivnom suveniru spomenute turističke zajednice koji na inovativan način prezentira atrakcije grada Solina sugerirajući kroz oblik ruke potencijalnom posjetitelju kako

je Solin destinacija "za 5" navodeći pritom 5 glavnih razloga zašto posjetiti Solin i zašto je Solin hit destinacija 2014. godine, kao i svih proteklih godina. Projektom je istaknuta promidžba grada Solina i uvrštavanje istog u turističke itinerere turističkih agencija.

U kategoriji najbolja tehnologija nagradu je dobila tvrtka Lemax d.o.o. iz Šibenika za projekt pod nazivom "ITravel Software - rezervacijski sustav". Riječ je proizvodu koji automatizira sve poslovne procese turističkih subjekata te koji turističkim agencijama omogućava kreiranje i unos svih relevantnih podataka, prodaju, praćenje, izradu potrebne dokumentacije, upravljanje grupama gostiju, povezivanje s knjigovodstvom, povezivanje različitih poslovnica, uređivanje web sadržaja i drugo. Cilj projekta je omogućiti turističkim subjektima automatiziranje poslovanja te konkurentnije probijanje na tržištu. Ako govorimo o inovativnom aspektu, riječ je o jedinom programu u Hrvatskoj koji nudi kompletno back-office rješenje za poslovanje svih turističkih agencija, za sve vrste njihova proizvoda i usluga te za sve odjele u poduzeću turističke agencije, a odlikuje ga i poveznica na globalne dobavljače distribucijskih proizvoda i usluga te je integriran sa Amedeus i Galileo sustavom za bukiranje avio karata.

Odlukom predsjednika Saveza za energetiku Hrvatske posebna nagrada na temu ovogodišnjeg Svjetskog dana turizma "Turizam i razvoj zajednice" pripala je tvrtki Tip Kreativa d.o.o. iz Zagreba za projekt pod nazivom "TipTravel magazine", a radi izrazitih zasluga u promociji hrvatske turističke ponude na nacionalnom i posebno inozemnom tržištu.

Nagradu CBTour od 2010.-2013. godine dobilo je ukupno 40 hrvatskih turističkih subjekata, a dodjelom 5. po redu nagrade prethodno navedenim dobitnicima u mjesecu prosincu taj će broj iznositi 50. Oni ovogodišnji dobitnici nagrade CBTour koji još uvijek nisu korisnici iz ranijih godina, ostvariti će i pravo na petogodišnje korištenje i isticanje GREEN MARK-a - vodeće hrvatske oznake za izvrsnost u zelenom gospodarstvu. Odnosno, pravo na korištenje i isticanje spomenute oznake u 2014. godini kroz projekt CBTour 2014. ostvarili su: Stella Mediterranea d.o.o., Ilirija d.d., [Muzej Krapinskih sandžakalaca](#), Tip Kreativa d.o.o., Katapult promocija d.o.o., G.A.D. produkcija d.o.o., Turistička zajednica grada Zagreba, Turistička zajednice grada Solina te Lemax d.o.o..

1. Ključne riječi
2. **sajam Greenvest**
3. Greenvest

Autor: Croenergo.eu

Svi članci ovog autora

- 1.
2. **Tweet**

- 1. Povezano
 2. Najkomentiranije u rubrici
 3. Najčitanije u rubrici



Ova je bolnica vezana s prirodom



Želite spavati u bivšem spremištu za...



Hrvatsku pogoni 995 elektrana na obnovljive izvore energije



OIE: U sustav poticanja ušao i tisućiti povlašteni proizvođač



Porezni odbitak s 2.200 na 2.600 kuna, primjena najviše porezne stope od 40 posto na 13.200 kuna



Vlada ipak od 2015. uvodi porez na štednju od 12 posto



Od početka 2015. porez na kamate na štednju, a 2016. porez na nekretnine



22.9.2014 www.vecernji.hr

Stranica/Termi

Naslov: Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini

Autor:

Rubrika/Emisija:

Žanr: Internetsko izvješće

Površina/Trajanje: 2.494,80

Naklada:

Ključne riječi: MUZEJI HRVATSKOG ZAGORJA, NEANDERTALCI, MUZEJ KRAPINSKIH

<http://www.vecernji.hr/greenvest/ovo-su-top-projekti-hrvatskog-kreativnog-i-inovativnog-turizma-u-2014-godini-962561>

HRVATSKA BIH VOJNA DOM&VRT POVIJEST BAROMETAR PRIJAVA REGISTRACIJA

Večernji list ZAGREB 16°C PREGLED DANA MEGA FOTO

VIJESTI SPORT ZAGREB SHOWBIZ BIZNIS KULTURA AUTO&TECH LIFESTYLE REGIJE FORUM VL

CLANAK

Specijal: GREENVEST

NASLOVNICA SPECIJALA

CBTOUR

Objava: 22.9.2014 | 16:09

Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini

10 PREGLEDA



Foto: croenergo.eu



AUTOR:
© Portal croenergo.eu (T.M.)

Savez za energetiku Hrvatske, već petu godinu zaredom, putem javnog natječaja bira dobitnike prestižne godišnje nagrade za

kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj - CBTour. Obzirom na jubilarnu godinu provedbe projekta, nagrade će se dodijeliti u okviru završne svečanosti Saveza u mjesecu prosincu, a kada će se okupiti i gospodarstvenici i predstavnici 40 dobitnika nagrade od 2010.-2013. godine te predstavnici dobitnika nagrade za 2014. godinu. Tom prigodom Savez će predstaviti višejezični vodič 'Doživite kreativnu i inovativnu Hrvatsku'.

Program Saveza za energetiku Hrvatske odnosi se na poticanje kreativnih, inovativnih i modernih mehanizama za razvoj hrvatskog turizma s ciljem uspješnijeg plasmana hrvatske poslovno-turističke

Najčitanije

AKVIZICIJA

Škrgo - hrvatski kralj jabuka?



VELIKI PLANOVI

Širenje u regiji kao odskočna daska za svijet



SAZVAO SKUPŠTINU

Agrokor bi dokapitalizacijom povećao vlasništvo u Mercatoru



TREĆA SKUPŠTINA

Podravka još nema pristup Mirni pa ne zna je li kupila mačka u vreći



CBTOUR

Ovo su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini





ponude, sadržaja, proizvoda i usluga na domaće i međunarodno tržište s posebnim naglaskom na održivi razvoj. Cilj programa je sustavno poticanje poslovne zajednice u turističkom sektoru na razvoj konkurentnog, efikasnog i djelotvornog poslovnog turizma.

Kao i u protekle četiri godine, nagrada će se dodijeliti u ukupno devet kategorija i to za najbolji ukupni program, najbolji program odgovornog turizma, najbolji team building program, najbolji kreativni program, najbolji marketinški program, najbolju uslugu, najbolji proizvod, najbolju tehnologiju te za najboljeg menadžera. Tradicionalno, deseta odnosno posebna nagrada biti će dodijeljena za najbolji projekt od svih pristiglih prijava i koja se veže uz ovogodišnju temu Svjetskog dana turizma "Turizam i razvoj zajednice".

Nakon provedenog javnog natječaja putem internetskih stranica www.CBTour.eu te analize prispjelih prijava, odabrani su TOP projekti hrvatskog kreativnog i inovativnog turizma u 2014. godini:

U kategoriji najbolji ukupni program nagradu je dobila tvrtka **Stella Mediterranea iz Klisa za projekt pod nazivom "Jučer - Danas - Sutra"** čiji je cilj gostima, na posve individualan način, prezentirati hrvatsku tradiciju i kulturu kroz društveno odgovorno poslovanje. Uz niz inovativnih atraktivnosti i posve zaokruženu turističku priču, gostima se pruža mogućnost i ulaska u vlastiti suvremeni pogon hrane koja se proizvodi po hrvatskim tradicionalnim receptima.

U kategoriji najbolji program odgovornog turizma i najbolji team building program nagrade je dobila tvrtka **Ilirija d.d. iz Biograda na Moru za projekt pod nazivom "Arsenal: Revitaliziran spomenik baštine u funkciji organizacije poslovnih događaja"**. Ovaj jedinstveni proizvod mediteranske arhitekture revitaliziran je u funkcionalni spoj kulturne, ugostiteljske i event ponude te uspješno njeguje ulogu mjesta susreta ljudi različitih interesa. Cilj ovog projekta revitalizacije spomenika baštine je stvaranje kvalitetne ponude destinacije s naglaskom na poslovni i MICE turizam. Arsenal se posebno ističe svojom očuvanom arhitekturom, veličinom prostora (1.800 m²), multifunkcionalnošću, kapacitetom osoba koje može primiti (do 1.200), položajem te pružanjem cjelovite i zaokružene usluge.

U kategoriji najbolji kreativni program nagradu je dobio **Muzej krapinskih neandertalaca iz Krapine za projekt "XV. Ljetna geološka škola"**, a riječ je o tradicionalnom edukativnom programu spomenutog muzeja koji se tradicionalno održava od 2000. godine i koji sadrži geološke i paleontološke radionice. Sudjelujući u radionicama njihovim se polaznicima približava geološka i paleontološka znanost te pružaju mnoga znanja o mineralima i fosilima, razvoju života na zemlji, različitim pretpovijesnim vrstama te praljudima.

U kategoriji najbolji marketinški program i najbolji menadžer nagradu je dobila tvrtka **Tip Kreativa d.o.o. iz Zagreba odnosno gospođa Željka Kunštek, vlasnica spomenutog poduzeća i glavna urednica magazina tip Travel, a za projekt pod nazivom "tip Travel magazine"**. Riječ je prvom hrvatskom (isključivo) digitalnom magazinu o turizmu i putovanjima kojeg su, do sada, korisnici preuzeli iz čak 91 zemlje svijeta. Magazin je usmjeren na domaće i strane turiste kojima želi približiti Hrvatsku kao destinaciju, predstaviti im mogućnosti za provođenje odmora u hrvatskim destinacijama, ali i Hrvatsku kao kvalitetnu destinaciju za kongresni i poslovni turizam i sl. Osim što donosi autorske reportaže, donosi i niz zanimljivih rubrika poput "Online Hrvatska", "Hrvatska kroz filateliju" i druge.

U kategoriji najbolja usluga nagradu je dobila zajednica prijavitelja i to tvrtke **Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. iz Zagreba te Turistička zajednica grada Zagreba iz Zagreba, a za projekt pod nazivom "Dvorišta"**. Cilj projekt je revitalizacija povijesne jezgre grada Zagreba (Gornji grad) kroz različite sadržaje i

Ne propustite

MALA STRANKA, VELIKA MOĆ
HNS kontrolira tvrtke sa 19 milijardi kn



DUG, DUG PUT
Žalba od trogirskog do splitskog suda putovala 11 godina!



FATALNA RUSKA PLESAČICA
Ona je presekla: Ne smije više plesati sa zauzetim muškarcima!

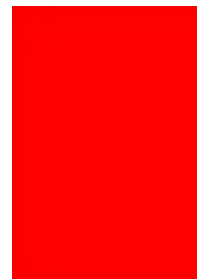


HOSPITALIZIRAN
Boljkovac slomio tri rebra, u bolnici proveo tri tjedna



PROMAŠENA SEZONA
United i Liverpool pokazali kako uzalud potrošiti 375,6 milijuna eura





kulturne programe namijenjene turistima i građanima, otkriti skrivena dvorišta zagrebačkog Gornjeg grada, motivirati lokalno stanovništvo da posjete događanja i postanu ambasadori turističkih atrakcija u gradu i kulturne baštine Zagreba, potaknuti institucije na Gornjem gradu da otvore svoja vrata građanima i drugo. Riječ je o jedinstvenoj kulturno-turističkoj manifestaciji koja javnosti otkriva skrivena dvorišta i vrtove zagrebačkog Gornjeg grada, a kao inovativnost projekta ističe se proširivanje namjene svakog dvorišta iz "okućnice" u "mjesto boravka i druženja".

U kategoriji najbolji proizvod nagradu je dobila **Turistička zajednica grada Solina iz Solina za projekt pod nazivom "Poslovno turistički promotivni suvenir "Podložak za post-it notes - Solin hit destinacija 2014"**, a riječ je promotivnom suveniru spomenute turističke zajednice koji na inovativan način prezentira atrakcije grada Solina sugerirajući kroz oblik ruke potencijalnom posjetitelju kako je Solin destinacija "za 5" navodeći pritom 5 glavnih razloga zašto posjetiti Solin i zašto je Solin hit destinacija 2014. godine, kao i svih proteklih godina. Projektom je istaknuta promidžba grada Solina i uvrštavanje istog u turističke itinerere turističkih agencija.

U kategoriji najbolja tehnologija nagradu je dobila tvrtka **Lemax d.o.o. iz Šibenika za projekt pod nazivom "iTravel Software - rezervacijski sustav"**. Riječ je proizvodu koji automatizira sve poslovne procese turističkih subjekata te koji turističkim agencijama omogućava kreiranje i unos svih relevantnih podataka, prodaju, praćenje, izradu potrebne dokumentacije, upravljanje grupama gostiju, povezivanje s knjigovodstvom, povezivanje različitih poslovnica, uređivanje web sadržaja i drugo. Cilj projekta je omogućiti turističkim subjektima automatiziranje poslovanja te konkurentnije probijanje na tržištu. Ako govorimo o inovativnom aspektu, riječ je o jedinom programu u Hrvatskoj koji nudi kompletno back-office rješenje za poslovanje svih turističkih agencija, za sve vrste njihova proizvoda i usluga te za sve odjele u poduzeću turističke agencije, a odlikuje ga i poveznica na globalne dobavljače distribucijskih proizvoda i usluga te je integriran sa Amadeus i Galileo sustavom za bukiranje avio karata.

Odlukom predsjednika Saveza za energetiku Hrvatske posebna nagrada na temu ovogodišnjeg Svjetskog dana turizma "Turizam i razvoj zajednice" pripala je tvrtki **Tip Kreativa d.o.o. iz Zagreba za projekt pod nazivom "tipTravel magazine"**, a radi izrazitih zasluga u promociji hrvatske turističke ponude na nacionalnom i posebno inozemnom tržištu.

Nagradu CBTour od 2010.-2013. godine dobilo je ukupno 40 hrvatskih turističkih subjekata, a dodjelom 5. po redu nagrade prethodno navedenim dobitnicima u mjesecu prosincu taj će broj iznositi 50. Oni ovogodišnji dobitnici nagrade CBTour koji još uvijek nisu korisnici iz ranijih godina, ostvariti će i pravo na petogodišnje korištenje i isticanje GREEN MARK-a - vodeće hrvatske oznake za izvrsnost u zelenom gospodarstvu. Odnosno, pravo na korištenje i isticanje spomenute oznake u 2014. godini kroz projekt CBTour 2014. ostvarili su: Stella Mediterranea d.o.o., Ilirija d.d., Muzej krapinskih neandertalaca, Tip Kreativa d.o.o., Katapult promocija d.o.o., G.A.D. produkcija d.o.o., Turistička zajednica grada Zagreba, Turistička zajednica grada Solina te Lemax d.o.o..

Vijesti iz svijeta energetike, obnovljivih izvora energije, energetske učinkovitosti i zaštite okoliša pratite na portalu www.croenergo.eu

Ocijeni: ★ ★ ★ ★ ★ (0 ocjena)

abc ✓ ISPRAVI POGREŠKE