

Hvordan  
Storyline  
kundegruppe  
vide  
få  
nyt  
Levendegørelse  
kommunikation  
Oplevelse  
Beretter  
Edutainment  
vennerne  
God udvikler  
spotter  
Visualisere  
formidling  
børn  
sammen  
Modellen  
Oplevelsernes fortælling  
agerer  
familien  
Academy  
hitter  
jagt  
fænger  
Børn Gode

## På jagt efter den gode oplevelse med afsæt i formidling til børn

### Formidling til børn

**Formidling til børn** er et udviklingsprojekt med fokus på den måde, hvorpå man dels udvikler formidling, som fænger hos børn, og dels tager sigte på at tilgodese, hvordan man bliver god til at indgyde en god stemning og aktivitet, som børnene synes er sej.

**Formidling til børn** tager afsæt i en nyetableret sammenslutning af formidlingssteder på Fyn, hvor man er bevidste om, at en konstant udvikling på dette felt er udgangspunktet for at etablere et tidssvarende læringsforløb, der kan styrke forretning såvel som børn som kundegruppe.

**Den 3. februar 2012 fra 9.00-16.00** afholder Oplevelsernes Academy en inspirationsdag, hvor fokus ligger på innovative koncepter på tværs alle brancher – alle med udgangspunkt i at skabe attraktiv formidling i børnehøjde. Inspirationsdagen underbygges og efterfølges af kompetencegivende læringsforløb, som afholdes vinter/det tidlige forår 2012.

# Indhold og uddybning af læringsmål for inspirationsdagen

## Mål

Ønsket er at få skabt synergi mellem de turismeaktører, der arbejder med formidling til børn samt at give den enkelte attraktion mere værdi set med børneøjne såvel som værdi på bundlinjen.

Et konkret kvalitativt kompetenceudviklingsforløb til de virksomheder i og udenfor Region Syddanmark der arbejder med nedenstående tre felter, og til turismevirksomhederne der har interesse i familie- og formidlingsturisme:

- *Oplevelse/læring/formidling med fokus på børnefamiliernes besøg.*
- *Oplevelse/læring/formidling for de 10-14-årige med fokus på gruppebesøg.*
- *Spændende udfordringer med fokus på 14-17-årige.*



Idéen med Oplevelsernes Academy er at bringe uddannelsesinstitutioner og turismevirksomheder tættere sammen, således at der sættes kompetencer i spil i Region Syddanmark.

Oplevelsernes Academy er et treårigt udviklingsprojekt, der formidler kontakten mellem de uddannelsesinstitutioner der har tilbud om kompetenceløft, og de turismevirksomheder der har ønske om ny viden og nye kompetencer.

Projektet, der løber til 1. september 2013, finansieres af projektpartnerne, Vækstforum Syddanmark samt EU's Socialfond.

## Tilmelding

Tilmelding, som skal ske senest den **24. januar 2012**, og evt. spørgsmål rettes til: **Marianne Spaabæk Larsen** på **masp@tietgen.dk** eller tlf. **29 21 86 75**

## Pris

Pris inkl. forplejning for partnere i Oplevelsernes Academy: **400 kr.**

Pris inkl. forplejning for ikke-partnere \* i Oplevelsernes Academy: **550 kr.**

*Ved 3 eller flere tilmeldte fra samme virksomhed, gives 10% rabat.*

## Sted

Tietgen Competence Center,  
Rugårdsvej 286, 5210 Odense NV

Kl. 9.00-16.00

\*Der er mange fordele ved at være partner i Oplevelsernes Academy. Du kan læse om fordelene her:

<http://www.oplevelsernesacademy.dk/partnere/nye-er-velkomne/>

## Programmet

### Kl. 09: Uddybning af læringsmål og indhold i modulerne

#### Introduktion

Læringsmål		- at få afstemt forventninger. - at få overblik over uddannelsesforløbet og forståelse af egen rolle i forløbet.
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
Introduktion v. <b>Syddansk Turisme/Tietgen KompetenceCenter</b>	<b>I alt: 30 min.</b>	Dagen starter med en introduktion til denne inspirationsdag såvel som til det videre forløb, omhandlende hvordan arbejdet med naturformidling til børn er tænkt samt en præsentation af strukturen for de forskellige kursusgange.  Deltagerne præsenterer sig for hinanden, og der gives en introduktion til kursets oplægsholdere og facilitatorer.  Et af fundamentene til at kunne tænke strategisk i forhold til kommunikation og formidling er arbejdet med målgrupper, idet en klar afklaring af målgruppen fungerer som styrepind i det daglige praktiske kommunikationsarbejde. Derfor sætter inspirationsdagen fokus på metoder til at tænke i målgrupper og giver redskaber til at definere, producere og agere formidling til børnemålgrupper.

*Pause: 10 min.*

### Kl. 09.40: Levende formidling - fortælling og leg

Læringsmål		- At få indsigt i formidling til børn, set fra en pædagogisk-psykologisk vinkel - at få indsigt i fortællingens muligheder
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
<b>Kari Brinch, fortæller.</b>  Freelance fortæller.  Formidler på Fyrtøjet – et børnekulturhus i Odense, hvor formidling gennem fortælling, leg, improvisationsteater og billedkunst er en del af hverdagen.  Uddannet	<b>I alt: 90 min.</b>	Introduktion til: <ul style="list-style-type: none"><li>- Hvordan bliver man god til at formidle til børn, der lærer forskelligt?</li><li>- Hvordan og hvorfor bruge fortælling i formidling?</li></ul> Med udgangspunkt i en blanding af oplæg, fortælling og praktiske eksempler, får vi nogle bud på, hvordan man kan praktisere formidling på en legende og fortællende måde.  Vi får gennemgået enkelte pædagogiske, psykologiske og didaktiske teorier og modeller, der kan bruges som arbejdsredskaber i udviklingen af formidlingen.

folkeskolelærer. Har læst pædagogisk psykologi (svarende til bachelor) på universitetet i Zürich, Schweiz. Fortælleskole hos Bestellers i København.		Opsamling: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hvordan kan indlægget omsættes til praksis hos de enkelte deltagere?</li> <li>- Hvilke nye ideer kan den enkelte deltager afprøve hjemme på attraktionen?</li> </ul>
--	--	--

**Kl. 12 - Frokost: 30 min.**

### Hvad fænger hos børn

Læringsmål		- indføring i emnet "trends" i forhold til formidling til børn. - at få redskaber til at blive den nye "børne-magnet"
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
<b>Jens Kjær Larsen, Programudvikler</b>  Stammer fra radiobranchen. studievært og redaktionel ansvarlig for DR P3-programmet 'Brunch' tilbage i 1999.  Kendt som musiker. Var fra 1991 til 1997 melodismed, tekstforfatter og en af frontfigurerne i det femdobbelte Grammy - og World Music Award-belønnede danske band Cut'n`Move under pseudonymet 'MC ZIPP'.	<b>I alt: 90 min.</b>	Børneformidlere/-underholdning, med en alternativ indgangsvinkel <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hvorfor elsker børn at se "det som de nu elsker at se", og kan man vide på forhånd, om initiativer bliver til succes?</li> <li>- Hvordan spotter og udvikler man noget, som hitter hos børn (hvad er det fx ved Hr. Skæg, som ifølge børn er så skægt? og hvorfor blev Martin og Ketil så populære?)</li> <li>- Hvad er det DR's Ramasjang gør godt?</li> </ul> Opsamling: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hvordan kan indlægget omsættes til praksis hos de enkelte deltagere?</li> <li>- Hvilke nye ideer kan den enkelte deltager afprøve hjemme på attraktionen?</li> </ul>

**Pause: 10 min.**

Mindre børn: Storyline, selv være en del af hændelsen		
Læringsmål		- At få udbygget sin faglig-didaktiske viden og indsigt i storyline metodik
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
<b>Anette Kirkegaard, Uddannelseskonsulent og underviser i TietgenSkolen.</b>  Har arbejdet med kommunikation, storyline og Beretter Modellen i forhold til mange forskellige målgrupper.	<b>I alt: 45min.</b>	<p>Hvordan laver vi en fortælling i børnehøjde, hvor resultatet bliver ny viden og en´ på opleveren med involvering som kernepunkt.</p> <p>Storyline metoden - Hvad består metoden af – og hvordan bygges den op?</p> <p>A: fortællingens form  B: Storyline giver faglig og salig kontekst  C: Udgangspunkt i den viden børn allerede har, samt hvordan udfordrer vi denne  D: Problemtaklende  E: Engagement i ændringsprocesserne  F: Børnene skaber modeller af deres forestillinger</p> <p>Fortællerformen  Alle fortællinger har disse grundelementer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En tid</li> <li>• Et sted</li> <li>• Nogle personer (eller andre væsner), som har et liv på stedet,</li> <li>• Og så... hændelser</li> </ul>
Læringsmål		- At få indsigt i muligheder for at indgå i et samarbejde med Multi Medie Design studerende
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
I samarbejde med uddannelsesvejleder og -ansvarlig i <b>Erhvervs Akademiet Lillebælt; Multi Medie Design uddannelsen.</b> Og, <b>Susanne Bjerre, adm. Direktør for firmaet; 10:30</b> – der laver design og visuel kommunikation til trykte og digitale medier.  Nb: 10:30 er et firma som blev etableret i 2006 af en gruppe MMD studerende og sammen driver de stadig denne kommunikations-virksomhed	<b>I alt: 45min.</b>	<p>Det er blevet et attraktivt element i salgsarbejdet, at få specielt de lidt større børn til at fatte interesse for ens hjemmeside, og få en god oplevelse allerede inden de kommer på besøg.</p> <p>Til dette indlæg præsenteres forskellige eksempler på information visualiseret til børne-målgrupper.</p> <p>Som projektgruppe (og i dag kommunikationsfirmaet) 10:30 udviklede de i opdrag fra OUH patient information til internettet. F.eks. animationen HC And, der har til formål at forberede og mindske utrygheden hos de mindste børn, for hvem hospitalsbegreber virker abstrakte. Informationen afspejler virkeligheden og appellerer til børnene gennem leg med computeren.</p> <p>En gruppe studerende fra Multi-Medie Design uddannelsen præsenterer eksempler på web og digital animation som studerende har designet som opgave for virksomheder, og derved givet virkelig gode bud på multi- medie "happenings" og informationsmaterialer som spil, stories o.lign.</p>

Pause: 10 min.

IT gadgets til børnegæsterne		
Læringsmål		- At få en indsigt i de digitale audio-visuelle muligheder
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
<b>Maria Ryberg Nielsen, Udvikler og underviser</b> Tietgen CompetenceCenter. Flash programming, e-læring, applikationer og spil. Arbejder og udvikler inden for; "Edutainment".	<b>I alt: 45 min.</b>	
		Eksempler og udvikling Hvordan laver vi en rundvisning i børnehøjde, hvor vi benytter den nye viden til at lave en ny og spændende edutainment jagt? <ul style="list-style-type: none"><li>- Hør/læst/se om det stedet og dets mange "seværdigheder" og prøv samtidig din viden af på vej rundt i parken/huset.</li></ul> Vi vil fortælle om, hvilke kvalitative metoder man kan bruge til at lære sine (potentielle) kunder at kende og hvilke muligheder sociale medier i dag giver for at skabe relationer til det unge publikum.
Opsamling på dagen og klynge dannelse til det videre arbejde		
Læringsmål		
Modul /Ansvarlig	Tid	Indhold
Syddansk Turisme/Tietgen CompetenceCenter	<b>I alt: 30 min.</b>	Der samles op på dagen Nedsættelse af interesseklynger Evaluering Cases til næste forløb Handlingsplan til praksis Videre forløb og tilvalgsmoduler

Kl. 16 - Tak for i dag