

ISS MARCO POLO

A.S. 2023/2024

Classe 3ATT

UDAORIENTATIVA:

Il viaggio: conoscersi per conoscere il mondo

Sezioni	
1. TITOLO UDA	Il viaggio: conoscersi per conoscere il mondo PRODOTTO: Redigere un questionario di gradimento per un'impresa ricettiva a scelta.

2. CRITERI : rilevanza

Il territorio inteso come scenario del viaggio rappresenta un insieme di oggetti ed esperienze fruibili dal turista così come dall'individuo. Le conoscenze e le competenze che si sviluppano nell'indagine dello scenario "mondo" rappresentano uno specchio in cui l'individuo si conosce e riconosce aiutandolo a orientarsi nello spazio come nella conoscenza di sé. Riconoscersi nel mondo aiuta l'io a trovare una dimensione e delle coordinate e quindi ad orientarsi in chiave materiale e metaforica. L'essere come "essere nel mondo" è la chiave di rilevanza di questa UDA, pensata verticalmente come percorso del triennio turistico, declinata in tre parti fondanti nei vari anni:

Classi terze: la soddisfazione

Classi quarte: il territorio e l'Uomo

Classi quinte: il turismo (e l'Uomo) sostenibile

L'UDA si prefigge di fornire gli strumenti chiave del learning to become come "Imparare a vivere in un mondo comune" e "imparare a prendersi cura di sé e del mondo".

Problematizzazione

Il viaggio come “vivere nel mondo e del mondo” presenta problematiche varie a livello semantico e a livello di scala.

A livello territoriale (nell’ambito di riferimento del territorio di Cecina e del suo turismo) rappresenta la sfida tra incoming e outgoing tra locale e globale. Ne è un esempio il problema dell’Overtourism”, letteralmente “troppo turismo (termine coniato dal fondatore di Skift, società di analisi del settore viaggi). Si parla di Overtourism quando il sovraffollamento turistico di una particolare destinazione impatta notevolmente la qualità della vita (argomento chiave per le classi terze: la soddisfazione”) dei residenti a causa di inquinamento e degrado ambientale. Quando si parla di sovraffollamento turistico viene sicuramente subito in mente Venezia, ma il fenomeno riguarda anche borghi e contesti naturali come spiagge, isole, sentieri, montagne e parchi naturali oltre naturalmente al territorio di Cecina caso di studio delle classi quarte (come ad esempio in riferimento alla legge Bolestein per le spiagge). Destinazioni che diventano famose grazie a televisione, film, social media (“luoghi istagrammabili”), attirando un tipo di turisti mordi e fuggi, interessati più ad un viaggio per apparire, invece che per se stessi. La scarsa pianificazione del turismo da parte degli enti locali e dei governi, spesso ancora limitati al concetto “aumento dei turisti=segnale positivo di crescita economica”, che non tiene conto dell’impatto su ambiente e popolazione locale.

In questo scenario si possono sviluppare le life comp di pensiero sistemico, di previsione e di pensiero critico relative all’aspetto specifico “viaggio” ma poi sublimabili in ottica generale e dello sviluppo dell’io. Io nel mio territorio e nel mondo. La problematica territoriale diventa allora una delle realtà sfidanti della persona che nel territorio cresce e si individua.

Storicizzazione

Nell'attività del turismo si manifesterebbe l'annullamento delle differenze e delle specificità culturali che caratterizzerebbero la nostra epoca. Il turismo è senza dubbio un'attività che caratterizza il nostro tempo: per quanto l'Homo Sapiens sia una specie da sempre dedita a spostamenti e migrazioni, mai come nell'epoca attuale gli esseri umani hanno viaggiato per semplice curiosità, desiderio di conoscenza o, più semplicemente, per piacere. A fronte di milioni di esseri umani che dalle regioni più povere del pianeta diventano migranti in cerca di una vita più dignitosa nelle nazioni più ricche, da queste ultime altri milioni di esseri umani periodicamente assumono i panni dei turisti per visitare luoghi diversi da quelli in cui risiedono abitualmente. Migranti e turisti appaiono come due gruppi umani agli antipodi: entrambi viaggiano, ma gli uni per sfuggire alla sofferenza, gli altri per ricercare il piacere. Analizzare se e come il turismo possa essere legittimamente esercitato in determinati luoghi e il significato che esso assume in contesti differenti, come Auschwitz o altri luoghi teatro di eventi tragici. Questi temi chiamano in causa non solo nozioni come quella di "rispetto" e "dignità", ma, a un livello anche più fondamentale portano a interrogarsi sui caratteri strutturali del turismo: non è la stessa cosa scattarsi un selfie davanti alle piramidi e farlo davanti alle baracche di Auschwitz.

Ibridazione

Combinazione degli elementi del turismo - prodotto, elementi del prodotto, fornitura, e così via, - con elementi distintivi di altri settori, frutto della fusione per l'appunto tra turismo e altri settori, quali la regalistica, l'agricoltura, l'industria creativa, lo sport.

Ibridazione come mantra anche per le competenze dell'individuo che viene chiamato a misurare e misurarsi con una realtà complessa. Gli esempi positivi di business turistici contemporanei e di successo sono iniziative come Smartbox - inventore e leader europeo nel mercato dei cofanetti regalo, un ibrido tra il viaggio e il classico regalo (libro, scatola di cioccolatini, profumo). Opportunità di business, di sviluppo territoriale e personale che guardano all'io interiore in rapporto al mondo.

Sono in questa visione centralissime le competenze di **PENSIERO ESPLORATIVO, ADATTABILITÀ E SENSO DEL FUTURO**

	<p>“Percorribilità” dei saperi</p> <p>Il turismo esperienziale ed emozionale potrebbe essere una soluzione interessante. Questo tipo di turismo si concentra sull’esperienza del viaggio, piuttosto che sui “beni e servizi” tradizionali. Gli attori del turismo esperienziale offrono ai viaggiatori l’opportunità di partecipare a una serie di attività culturali, gastronomiche e all’aria aperta che permettono loro di sentirsi parte del luogo e delle sue tradizioni e di entrare in autentico contatto con le persone che lo vivono tutti i giorni.</p> <p>In questo modo, i viaggiatori possono imparare a conoscere il territorio e le sue peculiarità in modo autentico e stimolante. Inoltre, il turismo esperienziale ed emozionale incoraggia la relazione con i locals, la “gente del luogo” che accoglie i viaggiatori come fossero “di famiglia” e mettono a disposizione la casa, le esperienze, il tempo per rendere il viaggio “qualcosa di più”.</p>
<p>3. DESTINATARI</p>	<p>Classi 3AITT,</p>
<p>4. MONTE ORE COMPLESSIVO</p>	<p>Deve tener conto di tutte le attività progettate, anche di eventuali uscite didattiche. Indicativamente circa 20 ore</p>
<p>Azione AgAPAttri 5. COMPETENZE</p>	<p>1. COMPETENZE ORIENTATIVE</p>

	<input type="checkbox"/> Competenza di pensiero sistemico
	<input type="checkbox"/> Competenza di previsione
	<input type="checkbox"/> Competenza di pensiero critico
	<input type="checkbox"/> Competenza di auto-consapevolezza
	<input type="checkbox"/> Flessibilità
	<input checked="" type="checkbox"/> Mentalità orientata alla crescita
	<input checked="" type="checkbox"/> Pensiero critico
	<input type="checkbox"/> Gestione dei processi di apprendimento
	<input checked="" type="checkbox"/> Senso del futuro
	<input type="checkbox"/> Adattabilità
	<input checked="" type="checkbox"/> Problem solving
	<input type="checkbox"/> Pensiero esplorativo
	2. COMPETENZE TRASVERSALI (PCTO)
	<input checked="" type="checkbox"/> Competenza personale, sociale e capacità di imparare a imparare
	<input checked="" type="checkbox"/> Competenza in materia di cittadinanza
<input checked="" type="checkbox"/> Competenza imprenditoriale	
<input type="checkbox"/> Competenza in materia di consapevolezza ed espressione culturali	
<input type="checkbox"/> Competenza collaborativa	
<input type="checkbox"/> Altro	
3. GREEN COMP	
<input checked="" type="checkbox"/> Attribuire valori alla sostenibilità	
<input type="checkbox"/> Difendere l'equità	
<input type="checkbox"/> Promuovere la natura	
<input type="checkbox"/> Definizione del problema	
<input checked="" type="checkbox"/> Agentività politica	

Inglese:

Definizione di turismo

I vari tipi di turismo e di turisti

I vari tipi di accommodation

Il target di turisti del nostro territorio

Il turismo accessibile del nostro territorio.

Saper comprendere i vari testi proposti

Saper attingere a fonti di informazione digitale

Saper produrre presentazione

Memorizzare lessico tecnico

Saper reperire informazioni specifiche e globali nella comunicazione scritta e orale

Sapere comunicare in modo corretto e idoneo ed esporre contenuti relativi al turismo con un lessico specifico e adeguato

Italiano:

- Lettura e analisi di brani tratti da romanzi di formazione (Cassola, Calvino)

- Contesto, scopo, destinatario della comunicazione.

- Varietà lessicali in rapporto ad ambiti e contesti diversi: linguaggi specifici.

-Acquisire la capacità di usare la lingua nella sua varietà di codici e di linguaggi verbali e non verbali

Saper leggere e comprendere gli scopi per cui è realizzato un testo/una promozione...

- Acquisire ed interpretare l'informazione.

Individuare collegamenti e relazioni; trasferire in altri contesti

Storia

- Lettura e interpretazione delle fonti storiche in relazione realtà del territorio: la famiglia Medici (intreccio tra biografie e territorio)
- Fatti ed eventi della storia della comunità di vita.
- Fonti storiche e loro reperimento.
Riconoscere relazioni di successione e di contemporaneità, cicli temporali, mutamenti, permanenza in fenomeni e relazioni causali
- Mettere in relazione fenomeni storici nazionali e internazionali a eventi del territorio
- Organizzare le informazioni
- Saper utilizzare fonti storiche
- Compiere operazioni di ricerca storica
- Individuare fatti storici e contestualizzarli nello spazio e nel tempo, utilizzando il lessico specifico della disciplina

**Matematica:
Conoscenze**

- Dati, loro organizzazione e rappresentazione: Turismo di incoming nell'area e punti di forza dell'offerta formativa
- Distribuzioni delle frequenze a seconda del tipo di carattere e principali rappresentazioni grafiche
- Valori medi e misure di variabilità, serie storiche, rapporti statistici, indicatori di efficacia, efficienza e qualità

Abilità

- Calcolare valori medi e misure di variabilità di una distribuzione
- Calcolare rapporti statistici ed interpretarne il risultato
- Calcolare indici a base fissa e mobile
- Costruire, tramite rapporti e differenze, indicatori di efficacia, efficienza e qualità

Competenze

- Lo studente rappresenta, elabora, analizza e interpreta dati, anche calcolando indici, per descrivere situazioni individuare caratteristiche di un fenomeno o di una situazione, eventualmente anche a scopo di produrre ipotesi e prendere decisioni.

Spagnolo:

Definizione di turismo

I vari tipi di turismo e di turisti

Il target di turisti del nostro territorio

Il turismo accessibile del nostro territorio

Saper comprendere i vari testi proposti

Saper attingere a fonti di informazione digitale

Saper produrre presentazione

Memorizzare lessico tecnico

Saper reperire informazioni specifiche e globali nella comunicazione scritta e orale

Sapere comunicare in modo corretto e idoneo ed esporre contenuti relativi al turismo con un lessico specifico e adeguato

Tedesco:

Definizione di turismo

Tipologie di operatori turistici nel nostro territorio

Produzione di una presentazione di una struttura turistica

Saper comprendere testi sull'argomento; Saper individuare parole chiave;

Saper attingere dalle fonti digitali;

Apprendere e consolidare un lessico specifico tecnico;

Sapere comunicare in modo corretto e idoneo ed esporre contenuti relativi al turismo con un lessico specifico e adeguato

	<p>Storia dell'Arte</p> <p>-Analisi e lettura delle opere d'arte presenti sul territorio con particolare riferimento all'arte etrusca e alla pittura macchiaiola</p> <p>-Principi essenziali di organizzazione della comunicazione turistica nel settore ricettivo</p> <p>Riconoscere relazioni di successione e di contemporaneità, cicli temporali, mutamenti, permanenza in fenomeni e relazioni causali</p> <p>– Mettere in relazione fenomeni storico-artistici nazionali e internazionali a eventi del territorio</p> <p>– Organizzare le informazioni</p> <p>– Saper utilizzare fonti storico-artistiche</p> <p>– Compiere operazioni di ricerca storico-artistica</p> <p>- Individuare fatti storico-artistici e contestualizzarli nello spazio e nel tempo,</p>
	<p>Diritto e legislazione turistica:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conoscere gli elementi del contratto in generale e i suoi effetti da un punto di vista, giuridico, economico e sociale• Conoscere i principali contratti usati in ambito turistico: contratto di albergo, di deposito in albergo, di trasporto.• Saper riconoscere gli strumenti contrattuali usati dall'impresa turistica per operare nel mercato.• Saper analizzare, interpretare e utilizzare schemi contrattuali

Economia Aziendale:

Conoscere il ciclo cliente, la fase del check-in- check-out e del post check-out
Saper elaborare un questionario di gradimento, interpretarlo, trovare le strategie per fidelizzare il cliente in modo da creare un riscontro positivo e che generi un passaparola.

PIANO DI LAVORO DELL'UDA

FASI	ATTIVITÀ e strategie didattiche	STRUMENTI	Esiti /prodotti intermedi/ compito autentico	Criteri/ evidenze per la valutazione	Modalità di verifica e valutazione	TEMPI (ore)
1 il viaggio come percorsi di vita	Presentazione attività (UDA). Introduzione al percorso.	Materiale fornito dall'insegnante. Domanda stimolo.	Presentazione e attività di brainstorming L'insegnante presenta l'UDA, si confronta con gli studenti e, attraverso la somministrazione di un questionario, raccoglie le loro aspettative rispetto al percorso di formazione intrapreso Gli studenti saranno indotti a riflettere sul concetto di viaggio come percorso di vita , crescita personale , obiettivi , sogni e	Condivisione dell'attività. Comprensione dei compiti assegnati. Capacità di confronto e collaborazione. Focus sugli argomenti chiave. Competenze orientative: senso del futuro, pensiero esplorativo e adattabilità	Scheda di osservazione	3

			<p>paure.</p> <p>Lettura di brani tratti da romanzi di formazione: Cassola, Calvino.</p> <p>Analisi storica della famiglia Medici</p> <p>Diritto: analisi e interpretazioni di alcuni contratti di albergo, e di vendita. L'insegnante mostrerà agli alunni brevi filmati relativi a una reception di un albergo con i diversi tipi di clienti e di situazioni reali da cui trarre spunto per un debate</p> <p>L'insegnante guida il dibattito, fa annotare dagli studenti i concetti chiave che emergono dalla discussione e rileva i loro comportamenti nella scheda di osservazione</p>			
		<p>Libro ditesto.</p> <p>Materiale fornito dall'insegnante.</p> <p>Domande di verifica.</p>		<p>Acquisizione diconoscenze e abilità.</p> <p>Comprensione di un testo.</p> <p>Capacità di confronto e collaborazione.</p>	Scheda di osservazione	2
<p>2</p> <p>Il viaggio come prodotto turistico</p>	<p>Il prodotto turistico</p> <p>analisi della domanda turistica in particolar modo delle servizi</p>	<p>Analisi di dati statistici,</p> <p>web question</p>	<p>Attività di ricerca di gruppo</p> <p>L'insegnante propone agli studenti,</p>	<p>Capacità di ricercare i dati richiesti in rete.</p> <p>Capacità di comprensione dei dati raccolti.</p>	Presentazione in ppt.	3

	<p>delle strutture ricettive sul territorio e confronto con l'offerta</p> <p>Matematica: analisi di dati statistici sui servizi offerti dalle strutture ricettive in risposta alla domanda</p>		<p>suddivisi in gruppo, la ricerca e l'analisi di dati e successiva rielaborazione anche grafica</p> <p>Produzione di un testo (depliant, brochure o simili) dove si promuove una struttura turistica (come un BeB, un hotel, un agriturismo, etc...)</p>	<p>Competenze orientative: pensiero esplorativo, competenze di previsione,</p>		
<p>3 L'esperienza del viaggio</p>	<p>Il turismo esperienziale analisi dei cambiamenti avvenuti nella domanda di beni e servizi turistici Web reputation</p>	<p>Documenti ricercati. Laboratorio multimediale. LIM. Schede disintesi.</p>	<p>Lavoro e discussione di gruppo in classe L'insegnante chiede agli studenti, suddivisi in gruppo, sulla base della tipologia di impresa ricettiva e dei servizi offerti, di realizzare una scheda che i parametri attenzionati dai clienti delle strutture ricettive. Successivamente l'insegnante invita ogni gruppo, utilizzando la LIM, a presentare e commentare le schede di sintesi preparate e guida una riflessione condivisa, chiarendo dubbi e significati.</p>	<p>Capacità di rappresentare i dati raccolti. Capacità di confronto e collaborazione. Competenze orientative: pensiero critico sistemico, pensiero esplorativo, pensiero critico gestione dei processi di apprendimento</p>	<p>Schede disintesi. Scheda di osservazione.</p>	<p>2</p>
<p>4 la lettura dell'indice di gradimento: i Questionari di</p>	<p>Lettura e analisi di un brano. Preparazione delle domande da inserire nel questionario di gradimento della propria impresa turistica.</p>	<p>Materiale fornito dall'insegnante. Laboratori o multimediale.</p>	<p>Attività di Gruppo L'insegnante propone la lettura del brano Come costruire il questionario per rilevare la customer</p>	<p>Comprensione di un testo. Capacità di confronto collaborazione. Applicazione dei concetti appresi a casi concreti. Competenze orientative:</p>	<p>Scheda di osservazione.</p>	<p>3</p>

soddisfazione			<p>satisfaction Successivamente l'insegnante guida una riflessione condivisa, chiarendo dubbi e significati. Attività di laboratorio L'insegnante chiede a ogni studente di preparare le domande da inserire nel questionario di gradimento per un'azienda ricettiva a scelta.</p>	<p>pensiero critico e gestione dei processi di apprendimento</p>		
<p>5 Vediamo in pratica incontri con le professioni</p>	<p>Ideazione della veste grafica e preparazione del questionario di gradimento.</p>		<p>Attività individuale L'insegnante invita ogni studente a scegliere le caratteristiche che dovrà avere la veste grafica (colori, numero pagine ecc.) del questionario di gradimento. Successivamente li invita a preparare la prima bozza del questionario di gradimento.</p>	<p>Assunzione di compiti e responsabilità. Assunzione di un modello di presentazione con caratteristiche adeguate ai destinatari. Competenze orientative: senso del futuro, adattabilità</p>	<p>Scheda di osservazione.</p>	<p>3</p>
<p>6 realizzazione del prodotto :</p>	<p>Realizzazione del prodotto</p>		<p>Attività di laboratorio L'insegnante chiede a ogni studente di realizzare il questionario di gradimento per un'azienda ricettiva a scelta. Diritto: gli alunni dovranno saper</p>	<p>Presentazione di un prodotto chiaro, corretto ed efficace. Competenze orientative: pensiero critico e gestione dei processi di apprendimento</p>	<p>Scheda di osservazione.</p>	<p>4</p>

			presentare attraverso un ppt la loro impresa ricettiva (BeB,			
--	--	--	--	--	--	--