

ISS MARCO POLO

A.S. 2024/2025

UDA ORIENTATIVA

Il viaggio: conoscersi per conoscere il mondo

Classi 4 AIT

Sezioni	
1. TITOLO UDA	Il Viaggio (l'uomo e il territorio classi IV)

	<p>Rilevanza</p>	<p>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:</p> <p>Classi terze: la soddisfazione Classi quarte: il territorio e l'Uomo Classi quinte: il turismo (e l'Uomo) sostenibile</p> <p>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".</p>
--	-------------------------	---

2. CRITERI

	<p>Problematizzazione</p>	<p>Il viaggio come “vivere nel mondo e del mondo” presenta problematiche varie a livello semantico e a livello di scala.</p> <p>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 instagrammabili”), attraendo 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.</p> <p>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.</p>
--	----------------------------------	---

	Storicizzazione	<p>Nell'attività del turismo si manifesterebbe l'annullamento delle di 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 Migranti e turisti appaiono come due gruppi umani agli antipodi: entrambi viaggiano, ma gli uni per sfuggire alla so4erenza, 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 di4erenti, 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.</p>
--	------------------------	---

	I Ibridazione	<p>“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.</p> <p>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>
--	----------------------	--

	<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>Classe 4AITT</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>	

Azione AgAPAttri 5. COMPETENZE

1. COMPETENZE ORIENTATIVE

<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 (P.C.T.O.)	
<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
<input checked="" type="checkbox"/>	Azione collettiva
<input type="checkbox"/>	Iniziativa individuale
<input type="checkbox"/>	Altro
4. COMPETENZE DISCIPLINARI	
COMPETENZE GENERALI ORIENTATIVE	

	- CONOSCERE SE STESSI	
	- IMPARARE A STARE CON IL MONDO	
	- SVILUPPARE E COMPRENDERE LA REALTÀ CIRCOSTANTE (l'insieme di regole che organizzano il mondo contemporaneo e in particolare quelle che governano i sistemi educativi, il mercato del lavoro e gli aspetti sociali) E SAPERSI RELAZIONARE CON ESSA	
	- DETERMINARE I PROPRI OBIETTIVI	
	-SPECIFICITÀ INDIVIDUALI	
	COMPETENZE SPECIFICHE DELLE DISCIPLINE	
	Geografia: conoscere e interagire col territorio. conoscere interagire e progettare turismo	
	Italiano: Acquisire la capacità di usare la lingua nella sua varietà di codici e di linguaggi verbali e non verbali	
	Storia: Individuare fatti storici e contestualizzarli nello spazio e nel tempo, utilizzando il lessico specifico della disciplina	
	Matematica: Analizzare dati ed interpretarli sviluppando deduzioni e ragionamenti sugli stessi, anche con l'ausilio di rappresentazioni grafiche. Utilizzare i metodi e gli strumenti dell'analisi matematica. Affrontare situazioni problematiche in contesti diversi avvalendosi dei modelli e degli strumenti matematici più adeguati.	
	Arte e territorio: Saper analizzare i fenomeni storico-artistici contestualizzandoli nello spazio e nel tempo, utilizzando il lessico specifico della disciplina	
6. SAPERI	Conoscenze	Abilità
	Geografia: Conoscenze del territorio di Cecina, del turismo di incoming dell'area, dei punti di forza dell'offerta turistica	-Saper riconoscere le trasformazioni antropiche nel territorio. - Sapersi confrontare con le opportunità della zona -Saper interagire con l'offerta turistica locale e non

	<p>Il territorio e l'uomo, le modifiche antropiche e la impronta dell'uomo nel territorio di Cecina</p> <p>L'io nel territorio, l'orientamento e le opportunità</p>	
	<p>Italiano</p> <p>L'artista e il legame con la sua terra</p> <p>Il viaggio come metafora della vita</p> <p>Storia:</p> <p>Storia del turismo: dal pellegrinaggio al turismo nel mondo contemporaneo</p>	<p>Italiano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rielaborare le informazioni e i dati in testi adatti allo scopo prefissato - Documentarsi e ricercare informazioni - Raccogliere i dati in mappe e schemi - Partecipare alle attività di gruppo e confrontarsi con gli altri - Utilizzare il patrimonio lessicale e espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti - Produrre testi multimediali <p>Storia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ricavare da fonti diverse informazioni utili per i propri scopi - Rielaborare testi di vario tipo sintetizzandoli - Esporre con un lessico adeguato il prodotto finale

	<p>Inglese :</p> <ul style="list-style-type: none"> -What is tourism? -How tourism developed? -Types of tourism and tourist -Target tourism –accessible tourism 	<ul style="list-style-type: none"> -Saper comprendere i+vari testi proposti -Saper attingere a fonti di informazione digitale -Saper produrre prodotti-multimediali -Memorizzare e apprendere il lessico tecnico -Saper reperire informazioni specifiche e globali+nella comunicazione scritta e orale
--	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> - Saper comunicare in modo corretto e idoneo esponendo i contenuti relativi al turismo con un lessico specifico e adeguato
	<p>Spagnolo:</p> <p>Definizione di turismo</p> <p>I vari tipi di turismo e di turisti</p> <p>Il target di turisti del nostro territorio</p> <p>Il turismo accessibile del nostro territorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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

	<p>Tedesco:</p> <p>Definizione di turismo e le sue tipologie</p> <p>Attori dell'offerta turistica (hotel, agenzie turistiche, aziende agrituristiche, villaggi turistici...)</p> <p>Tipologie di operatori turistici nel nostro territorio</p>	<p>Tedesco:</p> <p>Saper comprendere testi sull'argomento;</p> <p>Saper individuare parole chiave;</p> <p>Saper selezionare dalle fonti digitali;</p> <p>Apprendere e consolidare un lessico specifico tecnico;</p> <p>Saper produrre materiale con informazioni;</p>
	<p>Matematica:</p> <p>I dati statistici sul turismo locale pre e post pandemia.</p> <p>I dati statistici sulla provenienza dei turisti nel territorio locale.</p>	<p>Matematica</p> <p>Saper raccogliere e selezionare le fonti su supporti digitali;</p> <p>Saper conoscere il linguaggio statistico e gli indici statistici utili per affrontare il tema proposto;</p> <p>Saper analizzare i dati e interpretarli attraverso diversi diagrammi cartesiani;</p> <p>Saper ragionare sui dati usando in modo consapevole gli strumenti di calcolo;</p> <p>Saper esporre con un lessico adeguato il prodotto finale elaborato.</p>
	<p>Diritto e Legislazione turistica:</p> <p>L'impresa turistica e l'offerta turistica: le agenzie di viaggio.</p>	<p>Saper distinguere le varie tipologie di imprese operanti nel settore turistico.</p> <p>Saper riconoscere le varie tipologie di imprese nell'ambito del territorio geografico di appartenenza.</p> <p>Essere in grado d'individuare la modulistica necessaria all'esercizio dell'impresa turistica.</p>

	<p>Economia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principi del marketing - Il marketing turistico e strategico - Comunicazione con il cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Analizzare la domanda turistica del territorio e individuare i potenziali target di clienti - Individuare forme di promozione e commercializzazione sulla base delle risorse disponibili - Elaborare i prodotti turistici, anche a carattere tematico con riferimento al territorio e alle sue caratteristiche;
--	---	---

PIANO DI LAVORO DELL'U.D.A.

Fasi / titolo	Attività e strategie didattiche	Strumenti	Esiti/Prodotti intermedi/Compito autentico	Criteri/evidenze per la valutazione	Modalità di verifica /valutazione	Durata (ore)
1.	Specificare il tipo di attività proposta e la strategia didattica utilizzata	Indicare gli strumenti, i materiali e i documenti da utilizzare	Indicare gli esiti in termini di prodotti intermedi attesi dalla fase	Indicare le evidenze della competenza osservabili in azione e nel prodotto intermedio/finale e, se si intende somministrare una prova di verifica, i criteri di valutazione	Specificare: - se si valuta processo e/o prodotto e gli strumenti da adottare (rubriche, checklist; griglie) - se si intende somministrare una prova di verifica (struttura, semi strutturata, non	2
					strutturata)	

<p>2. Raccolta informazioni</p>	<p>Indagine geografica e storica del territorio di Cecina. Indagine dell'offerta turistica Indagine delle varie opportunità legate al territorio (turistiche e non)</p>	<p>Libri di testo, Internet, Video, PPT, incontri con gli attori del territorio</p>	<p>Elaborazione dati, grafici, raccolta testimonianze, diario di bordo</p>	<p>Evidenze selezionate dalle discipline</p>	<p>Prove di verifica a scelta dei docenti delle varie discipline</p>	<p>5</p>
<p>3. Elaborazione informazioni</p>	<p>Elaborare le informazioni raccolte sul territorio</p>	<p>Libri di testo, Internet, Video, PPT, incontri con gli attori del territorio,</p>	<p>Elaborazione dati, grafici, raccolta testimonianze, diario di bordo</p>	<p>Evidenze selezionate dalle discipline</p>		<p>3</p>
<p>4. Personalizzazione</p>	<p>Declinazione delle info raccolte e della elaborazione nell'indagine dell'io nel territorio. Declinare le conoscenze apprese tra prospettiva locale e globale</p>	<p>Debate</p>	<p>Comprendere e riflettere, argomentare e dibattere</p>	<p>Evidenze selezionate dalle discipline</p>	<p>Prove di verifica a scelta dei docenti delle varie discipline</p>	<p>3</p>

<p>5. Elaborato finale</p>		<p>Elaborato finale: un elaborato a scelta della classe che individui le caratteristiche dell'offerta turistica del territorio immaginando nuove strutture sostenibili a conduzione degli studenti. La classe verrà divisa in gruppi di lavoro che rappresenteranno i cda di nuove aziende del territorio.</p>		<p>Evidenze selezionate dalle discipline</p>	<p>Valutazione orientativa elaborato</p>	<p>5</p>
<p>6: Feedback</p>	<p>Le attività di feedback si svolgeranno con l'analisi del percorso svolto con l'obiettivo di condurre lo studente ad essere quello che è nell'ambito di un progetto di vita</p>				<p>Autovalutazione</p>	<p>2</p>