



Unione europea
Fondo sociale europeo



REGIONE DEL VENETO

REGIONE DEL VENETO D.G.R. n. 1758/09 - Linea A

Dgr n. 1758 del 16/06/09 Fondo Sociale Europeo POR 2007-2013 Obiettivo Competitività regionale e occupazione
Direzione Regionale Lavoro Asse IV – CAPITALE UMANO Categoria di intervento 72

AZIONI DI SISTEMA PER LA REALIZZAZIONE DI STRUMENTI OPERATIVI A SUPPORTO DEI
PROCESSI DI RICONOSCIMENTO, VALIDAZIONE E CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE

STRUMENTI DI DIDATTICA PER COMPETENZE STRUMENTI DI PROFILO: UDA, PROVA ESPERTA

PROFILO
RVC 05

diplomato in turismo

PERCORSO FORMATIVO VOLUME **C**



ISTITUTO TECNICO INDUSTRIALE STATALE
SERENIO BARBISOTTI
MECCANICA, INFORMATICA,
ELETTROTECNICA, TERMOTECNICA



ISTITUTO TECNICO STATALE COMMERCIALE
E PER IL TURISMO
"Luigi Einaudi"



Garbin



Istituto Tecnico Statale Marco Polo



I.I.S. RUZZA CON SEZ. ASSOCIATA T. PENDOLA
Padova

INDICE DEL VOLUME

Unità di apprendimento

(riferite prevalentemente a competenze di indirizzo)

- VIENI, NAVIGA E ...PRENOTA!
(progettare e realizzare un sito web interattivo per la promozione e la prenotazione di servizi turistici di una struttura ricettiva)
- VIAGGIO – AMBIENTE – DIRITTI UMANI: elaborazione di una ricerca e di una scheda di presentazione per un itinerario in un paese in via di sviluppo, e legato alla violazione dei diritti umani
- FONTI DI FINANZIAMENTO

Prova esperta

Strumenti di valutazione

Autori

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 2 di 56
----------------------	--------------------------------	-------------

UNITÀ DI APPRENDIMENTO

VIENI, NAVIGA E ...PRENOTA!
(progettare e realizzare un sito web interattivo
per la promo-commercializzazione e la prenotazione
di servizi turistici di una struttura ricettiva)

Comprendente:

UdA

CONSEGNA AGLI STUDENTI

PIANO DI LAVORO

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Denominazione	VIENI, NAVIGA E ...PRENOTA! (progettare e realizzare un sito web interattivo per la promo-commercializzazione e la prenotazione di servizi turistici di una struttura ricettiva)
Prodotti	Sito WEB di una struttura ricettiva che intenda promuoversi valorizzando le risorse del territorio Video da inserire su YOU TUBE /FB Relazione scritta/orale sul prodotto
Competenze mirate Comuni/cittadinanza professionali	PROFESSIONALI: 6- Leggere l'immagine del territorio riconoscendone gli aspetti relativi alla specificità del patrimonio culturale valutando le ricadute economiche 7- Contribuire a realizzare piano di marketing con riferimento a specifiche tipologie di imprese o prodotti turistici 10 - Operare nel sistema delle comunicazioni e delle relazioni delle imprese turistiche COMPETENZE DI CITTADINANZA: - digitale - comunicare nella madrelingua, e in LS - spirito di iniziativa e intraprendenza
Abilità	
Conoscenze	
Competenza professionale n . 6: Progettare itinerari turistici di interesse culturale e ambientale, in Europa e nei diversi continenti extraeuropei, integrando le conoscenze del patrimonio storico-artistico con quelle delle altre risorse del territorio Individuare nel territorio aree e luoghi poco noti, per una loro valorizzazione ai fini di un turismo sostenibile e responsabile Utilizzare varie fonti documentarie: carte, guide e pubblicazioni turistiche, strumenti multimediali Orientarsi all'interno del panorama dell'arte italiana ed europea, dal Settecento al Novecento, privilegiandone i nessi con la storia e la cultura delle singole aree territoriali, Definire l'immagine turistica del territorio in collaborazione con soggetti privati e istituzioni per valorizzarne l'offerta.	Competenza professionale n . 6: Forme del turismo naturalistico e storico-culturale Risorse e prodotti del territorio quali fattori di attrazione turistica Beni culturali e ambientali dell'ambito territoriale di appartenenza (città, regione, area geografica) Percorsi ed aree di attrazione turistica a scala locale, nazionale ed europea- Turismo di 'nicchia' Le forme di turismo nelle specificità geografico- ambientali Aree geografiche d'interesse turistico (morfologia e caratteri climatico-ambientali, e storico- culturali) Lineamenti di storia dell'arte italiana ed europea
Competenza n 7: Analizzare la domanda turistica ed individuare i potenziali target di clienti Analizzare ed individuare i punti di contatto tra macro e micro marketing nel settore turistico Utilizzare strategie di marketing per la promozione del prodotto e dell'immagine turistica del territorio in Italia e all'Estero Utilizzare gli strumenti multimediali e le tecniche di comunicazione più moderne per la promozione dell'immagine turistica del territorio e la commercializzazione del servizio	Competenza n 7 Concetto, Principi e teoria del marketing turistico Marketing operativo e strategico con principali tecniche di marketing Metodologie, strumenti e leve di marketing Marketing territoriale e sviluppo sostenibile Attuali strategie di marketing: customer relationship management, sistema distributivo con Internet, E-marketing Struttura di un piano di marketing di un'impresa turistica
Competenza professionale 10: Utilizzare codici e tecniche della comunicazione funzionali a situazioni diverse interne ed esterne all'azienda Utilizzare strategie di comunicazione aziendale interna ed esterna Elaborare un piano di comunicazione integrata rivolta ai diversi soggetti sul territorio	Competenza professionale 10: Tecniche di comunicazione tesa al soddisfacimento delle attese del cliente : l'accoglienza e l'assistenza Tecniche di persuasione Gestione del reclamo, delle lamentele, di situazioni di super lavoro e di over booking Finalità, concetti e tipologie della comunicazione d'impresa Modelli e forme di comunicazione aziendale Tecniche e strategie di comunicazione aziendale Piani di qualificazione e sviluppo dell'offerta turistica

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
<p>Competenza digitale: Elaborare prodotti multimediali Realizzare pagine Web statiche e dinamiche Documentare le fasi di raccolta, archiviazione e utilizzo dei dati Utilizzare le principali funzioni di un DBMS Individuare le procedure telematiche che supportano l'organizzazione di un'azienda on-line Scegliere e modificare software applicativi in relazione alle caratteristiche e al fabbisogno aziendale</p> <p>Spirito di iniziativa e intraprendenza: Valutare, nell'intraprendere attività, priorità, possibilità, vincoli; calcolare pro e contro; valutare tra diverse possibilità e assumere rischi ponderati Pianificare le fasi di un'attività, indicando risultati attesi, obiettivi, azioni, tempi, risorse disponibili e da reperire, modalità di verifica e valutazione Stabilire strategie d'azione, distribuendo ruoli, compiti e responsabilità all'interno dei team di lavoro Identificare e pianificare i flussi di informazione all'interno dei team di lavoro Applicare strumenti di monitoraggio e documentazione delle attività; di registrazione e rendicontazione di progetti e attività Redigere report intermedi e finali Comunicare in modo efficace secondo i contesti e gli obiettivi Coordinare gruppi di lavoro Assumere responsabilità nel rispetto dell'etica e della deontologia professionale Identificare problemi e applicare corrette procedure risolutive Prendere decisioni in modo consapevole e ponderato</p>	<p>Competenza digitale: Repertori dei software dedicati per la comunicazione professionale Social network e new media Processo di sviluppo di un ipermedia Struttura di un sito Web con requisiti di usabilità e accessibilità Sistema Informativo e sistema informatico Struttura di un data base;servizi di Internet ;Intranet /Extranet E-commerce Software applicativo di tipo economico gestionale</p> <p>Spirito di iniziativa e intraprendenza: Strumenti di comunicazione e informazione organizzativa; flussi della comunicazione e dell'informazione Tecniche di pianificazione, di gestione per obiettivi e per risultati Tecniche e procedure di problem posing e problem solving Tecniche di comunicazione e negoziazione Tecniche di assunzione di decisioni Tecniche di gestione del lavoro in gruppo; stili di leadership Strumenti di documentazione, registrazione, rendicontazione</p>
<p>Comunicare nella madrelingua: Individuare i tratti caratterizzanti un testo scientifico Produrre testi scritti di vari tipo anche con registri formali e linguaggi specifici Stendere relazioni, anche tecniche, verbali, appunti, schede e tabelle in rapporto al contenuto e al contesto Comunicare con la terminologia tecnica specifica del settore di indirizzo Gestire una relazione, un rapporto, una comunicazione in pubblico anche con supporti multimediali Ascoltare e dialogare con interlocutori esperti e confrontare il proprio punto di vista con quello espresso da tecnici del settore di riferimento Individuare le correlazioni tra le innovazioni scientifico-tecnologiche e l'evoluzione della lingua Comparare i termini tecnici e scientifici nelle diverse lingue Produrre testi di differenti dimensioni e complessità, adatti a varie situazioni e per destinatari diversi anche in ambito professionale Costruire in maniera autonoma, anche con risorse informatiche, un percorso argomentativo con varie tipologie testuali</p>	<p>Comunicare nella madrelingua: I linguaggi della scienza e della tecnologia Tecniche di consultazione di dizionari specialistici e manuali settoriali Le fonti dell'informazione, della documentazione e della comunicazione. Modalità del lavoro cooperativo Caratteristiche e struttura dei testi specialistici Tecniche di composizione dei testi Repertorio di tipologie di testi Struttura di una relazione e di un report Modalità e tecniche della comunicazione in pubblico con supporto di Software multimediali Strumenti e metodi di documentazione per una corretta informazione tecnica Evoluzione del lessico tecnico-scientifico Repertori plurilinguistici dei termini tecnici e scientifici Modalità di organizzazione di un testo anche complesso Tecniche compositive per diverse tipologie di produzione scritta: lettere, articoli, saggi, rapporti, ricerche, relazioni, commenti, sintesi, comunicazione telematica</p>
Utenti destinatari	Classi quinta di un Istituto tecnico Commerciale e Turistico
Prerequisiti	Saper leggere e comprendere il proprio territorio per la sua promozione Possedere conoscenze di marketing e di comunicazione Saper utilizzare registri linguistici di tipo pubblicitario Saper utilizzare linguaggio settoriale in L1 / L2 Saper utilizzare software multimediali per la creazione di pagine web
Fase di applicazione	1° quadrimestre - saltando il mese di gennaio (periodo delle valutazioni/scrutini)e riprendendo a febbraio
Tempi	3 ore settimanali dal mese di ottobre al mese di gennaio per complessive 50 ore(alcune lezioni dedicate alla Gestione di pacchetti informatici funzionali alla realizzazione del prodotto –att.n 3- si possono svolgere di pomeriggio con un esperto)
Esperienze attivate	Incontri mirati con esperti del settore (federalberghi, esperto comunicazione-marketing, rappresentanti delle istituzioni turistiche locali del territorio, rappresentanti della realtà economica) Verifica dei prerequisiti e interventi di rinforzo Visite guidate nel territorio e in siti di particolare interesse culturale Indagini documentali
Metodologia	Lavoro individuale Lavoro di gruppo e tra gruppi Lezione interattiva Brain-storming - problem solving

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 5 di 56
----------------------	--------------------------------	-------------

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Risorse umane interne esterne	<p>Interne: Docenti di Lettere, Storia dell'arte e del territorio, Geografia, Discipline Turistiche aziendali, Lingue straniere Tecnici di laboratorio</p> <p>Esterni: Esperti di settore e del territorio</p>
Strumenti	<p>PC- video proiettore- foto-camera Libri testo Reti informatiche Pacchetto informatico mirato alla costruzione di Siti</p>
Valutazione	<p><u>Valutazione del Prodotto :</u> Griglie di valutazione al termine del lavoro (febbraio) Valutazione della relazione di gruppo/individuale sul prodotto finale</p> <p><u>Valutazione del Processo:</u> Verifica in itinere Autovalutazione in itinere Osservazione del comportamento degli allievi, analisi delle criticità e modalità di superamento Descrizione del processo di realizzazione (relazione individuale)</p> <p><u>Valutazione dell'UDA:</u> Griglia di valutazione dell'UDA</p>

LA CONSEGNA AGLI STUDENTI

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Titolo UdA

VIENI, NAVIGA E ...PRENOTA!

(progettare e realizzare un sito web interattivo per la promozione e la prenotazione di servizi turistici di una struttura ricettiva)

Cosa si chiede di fare

Ti chiediamo di realizzare il Sito Web immaginando di essere il titolare di una struttura ricettiva che desidera promuovere la sua attività e la sua immagine pubblicizzando la propria offerta tramite la valorizzazione del territorio di appartenenza nelle sue risorse artistiche, culturali, gastronomiche e di business

In che modo (singoli, gruppi..)

L'attività verrà svolta sia individualmente sia in gruppo e tra gruppi della classe

Quali prodotti

Dovrai realizzare un Sito Web e redigere una relazione che illustri il prodotto

Che senso ha (a cosa serve, per quali apprendimenti)

Questo lavoro è utile per :

- vivere un'esperienza di progetto in team
- per approfondire e applicare le conoscenze tecnico-professionali

Tempi

Il lavoro verrà svolto nel primo quadrimestre secondo il piano di lavoro allegato

Risorse (strumenti, consulenze, opportunità ...)

Strumenti informatici come p.c., internet, videocamera, pacchetti gestionali, consulenze esterne, tecnici di laboratorio, una o più visite didattiche

Criteri di valutazione

I criteri di valutazione vengono concordati tra i vari docenti del consiglio di classe tramite una griglia di valutazione sui prodotti finali dell'UdA e sul processo seguito anche a livello delle singole discipline coinvolte

I criteri della valutazione del prodotto saranno:

- rispondenza del prodotto ai requisiti di usabilità,accessibilità ed efficacia comunicativa
- correttezza, completezza e pertinenza della documentazione prodotta

I criteri di valutazione del processo saranno:

- rispetto dei tempi concordati
- uso appropriato ed efficace degli strumenti multimediali

Valore della UdA in termini di valutazione della competenza mirata (da indicare): è una componente oppure un "capolavoro"?

È una componente importante di valutazione pluridisciplinare

Peso della UdA in termini di voti in riferimento agli assi culturali ed alle discipline

Ciascuna disciplina coinvolta assegnerà un voto nel registro che peserà come le altre verifiche

PIANO DI LAVORO UDA

UNITÀ DI APPRENDIMENTO: VIENI, NAVIGA E ...PRENOTA! (progettare e realizzare un sito web interattivo per la promozione e la prenotazione di servizi turistici di una struttura ricettiva)
Coordinatore: insegnante di discipline turistiche e aziendali
Collaboratori :insegnanti di Lettere, Storia dell'Arte e territorio,, Geografia,Lingue straniere, Tecnico di laboratorio

SPECIFICAZIONE DELLE FASI

Fasi	Attività	Strumenti	Esiti	Tempi	Valutazione
1	Presentazione dell'UDA, organizzazione del lavoro, suddivisione in gruppi con distribuzione dei compiti	Aula	Condivisione del progetto e degli obiettivi	3 h	Feedback interesse dimostrato
2	Realizzazione delle attività preparatorie (consulenze esterne, visite guidate, indagine documentali)	Aula e territorio	Comprensione e consapevolezza delle risorse	12h	Relazioni di sintesi sulle attività Produzioni relative alle indagini documentali
3	Interventi di rinforzo mirato per la gestione dei pacchetti informatici da utilizzare	Laboratori informatici	Gestione di pacchetti informatici funzionali alla realizzazione del prodotto	12h	Prove ed esercitazioni sulle abilità
4	Analisi di fattibilità del sito ed elaborazione del piano di comunicazione	Laboratori informatici	Pianificazione	5h	Relazione sul piano di fattibilità e di comunicazione
5	Realizzazione del sito Web	Laboratori informatici	Realizzazione	10 h	Griglia di osservazione
6	Verifica della sua usabilità, accessibilità ed efficacia comunicativa	Laboratori informatici	Funzionamento	2h	Griglia di osservazione
7	Eventuali azioni correttive e sistemazione	Laboratori informatici	Individuazione delle non conformità e loro risoluzione	3h	Validità della soluzione
8	Validazione finale tramite presentazione /evento	Laboratori informatici e aula magna	Prodotto	3h	Efficacia comunicativa nella presentazione del prodotto

DIAGRAMMA DI GANTT

Fasi	Tempi					
	Ottobre	Novembre	Dicembre	Febbraio		
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 8 di 56
----------------------	--------------------------------	-------------

UNITÀ DI APPRENDIMENTO

VIAGGIO – AMBIENTE – DIRITTI UMANI:

elaborazione di una ricerca e di una scheda di presentazione per un itinerario in un paese in via di sviluppo, con problemi relativi alla violazione dei diritti umani

Comprendente:

UdA

CONSEGNA AGLI STUDENTI

PIANO DI LAVORO

UdA

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Denominazione	VIAGGIO – AMBIENTE – DIRITTI UMANI: elaborazione di una ricerca e di una scheda di presentazione per un itinerario in un paese in via di sviluppo, con problemi relativi alla violazione dei diritti umani
Prodotti	<p>Un foglio-scheda illustrativo in formato digitale libero compatibile con la diffusione in internet (italiano – inglese), basato sull'integrazione di più linguaggi (verbale, iconico,...) e utile a permettere l'organizzazione di un itinerario in un paese che presenta una situazione fragile per quanto riguarda il rispetto dei diritti umani e dell'ambiente.</p> <p>Il foglio-scheda sarà la sintesi efficace di un percorso di ricerca su fonti bibliografiche e in rete (arricchito anche da incontri con esperti e associazioni del settore) e capace di dare informazioni sulla situazione del paese sia dal punto di vista della potenzialità ambientale che dei rischi per la popolazione locale, derivanti dall'impatto del turismo.</p> <p>Il prodotto finale sarà presentato in un'assemblea, con la presenza degli enti e delle associazioni che hanno collaborato</p> <p>È prevista inoltre alla fine dell'esperienza una relazione individuale dello studente sull'esperienza attività</p>
Competenze mirate Comuni/cittadinanza professionali	<p>PROFESSIONALI 2 - Orientarsi nella normativa pubblicitaria, civilistica, fiscale ed applicare la normativa specifica del settore turistico 4 - Operare nella gestione e produzione di servizi/prodotti turistici e cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie</p> <p>CITTADINANZA Consapevolezza ed espressione culturale Stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali locali, nazionali ed internazionali, sia in una prospettiva interculturale sia ai fini della mobilità di studio e di lavoro Ricavare, informazioni fondamentali sul patrimonio artistico, ambientale e letterario anche con riferimento al proprio territorio</p> <p>Competenza Digitale Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale, anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete Utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinari</p> <p>Comunicazione nella madrelingua Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici.</p> <p>Comunicazione nelle lingue straniere Padroneggiare una lingua straniera per scopi comunicativi, utilizzando anche i linguaggi settoriali previsti dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro</p> <p>Competenze sociali e civiche Utilizzare gli strumenti culturali e metodologici per porsi con atteggiamento razionale, critico e responsabile di fronte alla realtà, ai suoi fenomeni, ai suoi problemi</p>
Abilità	Conoscenze
Orientarsi nella geografia del patrimonio culturale del paese prescelto, cogliendone e riconoscendone i caratteri di varietà e molteplicità Orientarsi nella consultazione di fonti cartografiche, bibliografiche cartacee e digitali Leggere i caratteri del territorio interessato attraverso i rapporti esistenti tra situazioni geografiche e storiche, e patrimonio	Patrimonio culturale del paese prescelto: categorie di beni e loro distribuzione geografica I diritti umani fondamentali e le fonti normative internazionali Beni culturali e ambientali dell'ambito territoriale di appartenenza

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 10 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
<p>culturale</p> <p>Riconoscere la praticabilità o l'eventuale violazione dei diritti umani nel paese prescelto</p> <p>Riconoscere le forme dei sistemi di comunicazione e trasporto</p> <p>Individuare i motivi d'interesse, e le modalità di approccio e fruizione, legati a parchi ed aree protette dell'ambiente naturale e delle popolazioni del territorio prescelto</p> <p>Saper riformulare con lessico personale e tecnico quanto appreso in L2</p> <p>Saper estrapolare le informazioni principali</p> <p>Presentare un prodotto turistico attraverso un supporto digitale</p>	<p>Percorsi ed aree di attrazione turistica a scala locale</p> <p>Turismo responsabile e sostenibile</p> <p>Caratteristiche fondamentali delle principali licenze libere</p> <p>Specifiche tecniche sull'accessibilità dei siti internet</p>
<p>Secondo biennio lingua straniera</p> <p>Riconoscere le principali tipologie testuali, compresa quella tecnico-scientifica, in base alle costanti che le caratterizzano con un certo grado di autonomia</p> <p>Utilizzare appropriate strategie di comprensione di testi complessi scritti, orali e multimediali con un certo grado di autonomia</p> <p>Comprendere globalmente i messaggi alla tv e alla radio e i filmati su argomenti noti di studio e di lavoro.</p> <p>Comprendere in modo globale e analitico testi scritti di interesse generale su questioni di attualità o relativi al proprio settore di indirizzo con un certo grado di autonomia</p> <p>Comprendere semplici discorsi su argomenti noti di studio e di lavoro cogliendone le idee principali con un certo grado di autonomia</p> <p>Sostenere una conversazione con un parlante nativo con relativa sicurezza e autonomia, utilizzando strategie compensative in caso di difficoltà</p> <p>Esprimere, con qualche imprecisione lessicale e grammaticale, le proprie opinioni, intenzioni e argomentazioni nella forma scritta e orale con un certo grado di autonomia</p> <p>Descrivere, nella forma scritta e orale, processi e situazioni di interesse personale, di studio e di lavoro in modo chiaro e semplice utilizzando un lessico relativamente appropriato con un certo grado di autonomia.</p> <p>Scrivere semplici e brevi relazioni, sintesi e commenti coerenti e coesi, su argomenti relativi al proprio settore di indirizzo con un certo grado di autonomia</p> <p>Riflettere sulla dimensione interculturale della lingua con un certo grado di autonomia</p> <p>Trasporre in lingua italiana semplici testi scritti relativi all'ambito scientifico-tecnologico</p> <p>Trasporre argomenti relativi all'ambito scientifico-tecnologico in semplici e brevi testi nella lingua straniera</p>	<p>Secondo biennio</p> <p>Riconoscere le principali tipologie testuali, compresa quella tecnico-scientifica, in base alle costanti che le caratterizzano con un certo grado di autonomia</p> <p>Utilizzare appropriate strategie di comprensione di testi complessi scritti, orali e multimediali con un certo grado di autonomia</p> <p>Comprendere globalmente i messaggi alla tv e alla radio e i filmati su argomenti noti di studio e di lavoro.</p> <p>Comprendere in modo globale e analitico testi scritti di interesse generale su questioni di attualità o relativi al proprio settore di indirizzo con un certo grado di autonomia</p> <p>Comprendere semplici discorsi su argomenti noti di studio e di lavoro cogliendone le idee principali con un certo grado di autonomia</p> <p>Sostenere una conversazione con un parlante nativo con relativa sicurezza e autonomia, utilizzando strategie compensative in caso di difficoltà</p> <p>Esprimere, con qualche imprecisione lessicale e grammaticale, le proprie opinioni, intenzioni e argomentazioni nella forma scritta e orale con un certo grado di autonomia</p> <p>Descrivere, nella forma scritta e orale, processi e situazioni di interesse personale, di studio e di lavoro in modo chiaro e semplice utilizzando un lessico relativamente appropriato con un certo grado di autonomia.</p> <p>tecnico-scientifico</p> <p>Strutture morfosintattiche adeguate al contesto d'uso e che consentono coerenza e coesione al discorso</p> <p>Aspetti socio-culturali della lingua</p> <p>Aspetti essenziali della dimensione culturale e linguistica della traduzione</p>
<p>Secondo biennio- competenza digitale</p> <p>Ideare e realizzare prodotti multimediali in rapporto a tematiche di vita, di studio, professionali e di settore</p> <p>Utilizzare le tecniche di documentazione e scambi di informazioni in rete</p> <p>Realizzare pagine Web statiche e dinamiche</p> <p>Utilizzare le tecnologie digitali in funzione della rappresentazione</p>	<p>Secondo biennio</p> <p>Componenti strutturali e tecniche espressive di un prodotto multimediale</p> <p>Applicazioni per l'elaborazione digitale audio e video</p> <p>Caratteri e condizioni di accesso e utilizzo della comunicazione in rete</p> <p>Linguaggi del Web (html, css, php, asp...)</p>

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 11 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
di un progetto o di un prodotto	Normative in materia di privacy e di copyright Processo di sviluppo di un ipermedia
<p>Secondo biennio Applicare la conoscenza ordinata delle strutture della lingua italiana ai diversi livelli del sistema: fonologia, ortografia, morfologia, sintassi del verbo e della frase complessa, lessico ed esercitare parallelamente, con le opportune pratiche le capacità linguistiche orali e scritte. Utilizzare differenti registri comunicativi in ambiti anche specialistici. Attingere dai dizionari e da altre fonti strutturate (manuali, glossari) il maggior numero di informazioni sull'uso della lingua. Raccogliere e strutturare informazioni Sostenere conversazioni e dialoghi con precise argomentazioni su tematiche predefinite Individuare i tratti caratterizzanti un testo scientifico e tecnico Produrre testi scritti di vari tipo anche con registri formali e linguaggi specifici, comprese brochure pubblicitarie e pagine web per la commercializzazione di prodotti commerciali e risorse Stendere relazioni, anche tecniche, verbali, appunti, schede e tabelle in rapporto al contenuto e al contesto</p>	<p>Secondo biennio-madrelingua Conoscenza ordinata delle strutture della lingua italiana ai diversi livelli del sistema: fonologia, ortografia, morfologia, sintassi del verbo e della frase complessa, lessico I linguaggi della scienza e della tecnologia Tecniche di consultazione di dizionari specialistici e manuali settoriali Le fonti dell'informazione, della documentazione e della comunicazione. Modalità della comunicazione nel lavoro cooperativo Tecniche di conversazione e strutture dialogiche Etimologia , formazione delle parole e prestiti linguistici Caratteristiche e struttura dei testi specialistici Tecniche di base di composizione dei testi Repertorio di tipologie di testi, compreso quello pubblicitario e per la presentazione-diffusione di prodotti commerciali e risorse Struttura di una relazione e di un rapporto</p>
<p>SECONDO BIENNIO ESPRESSIONE CULTURALE</p> <p>Cogliere gli elementi di identità e di diversità tra la cultura italiana e le culture di altri Paesi anche in prospettiva interculturale</p> <p>Individuare i principali monumenti ricercando informazioni e documentazioni sul territorio e sull'ambiente</p> <p>Realizzare presentazioni e brochure relative a luoghi artistici e a eventi culturali</p>	<p>SECONDO BIENNIO</p> <p>Elementi di identità e di diversità tra la cultura italiana e le culture di altri Paesi</p> <p>Principali fenomeni artistici ed elementi fondamentali dell'evoluzione degli stili, delle modalità espressive e delle tecniche</p> <p>Modalità di valorizzazione, anche multimediale, del patrimonio artistico e paesaggistico locale</p>
<p>Secondo biennio e quinto anno - sociali e civiche Assumere prospettive di analisi in chiave multiculturale ed interculturale nella prospettiva della coesione sociale Analizzare criticamente la genesi e lo sviluppo delle principali carte costituzionali e istituzioni europee e nazionali Analizzare le evoluzioni dell'assetto costituzionale italiano e le prospettive del federalismo nel quadro dell'Unione Europea e degli organismi internazionali Inquadrare storicamente l'evoluzione della coscienza e delle pratiche sociali in materia di salute, sicurezza e ambiente e ricondurla all'esperienza concreta nella vita sociale Analizzare la normativa europea e nazionale e in materia di salute, sicurezza, tutela ambientale Analizzare, collegandosi anche alle questioni affrontate nei diversi ambiti disciplinari, i principali problemi collegati allo sviluppo economico e tecnologico e le conseguenze sulle persone, sui rapporti sociali, sulle normative di riferimento (immigrazione, società multiethniche; questioni bioetiche...)</p>	<p>Secondo biennio e quinto anno Orientamenti europei e normative nazionali di recepimento La Costituzione italiana e il dibattito sulla Costituzione europea Modelli costituzionali, Forme di governo e aspetti giuridico-istituzionali delle società Le dichiarazioni internazionali sui diritti dell'uomo e del cittadino, le carte internazionali dei diritti umani e dell'ambiente, le corti che ne sanzionano la violazione Il processo evolutivo della Costituzione italiana Organi e funzioni di Regioni, Province, Comuni ed enti territoriali Gli statuti delle Regioni con riferimento al territorio di appartenenza. Normative europee ed italiane in materia di salute, sicurezza e ambiente Normative sull'igiene degli alimenti, sulla tracciatura, ecc.; accordi internazionali sull'ambiente, bioetica Tecniche di lavoro di gruppo Tecniche di comunicazione</p>

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 12 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Assolvere compiti affidati e assumere iniziative autonome per l'interesse comune Collaborare in modo pertinente, responsabile e concreto nel lavoro, nello studio, nell'organizzazione di attività di svago Prestare aiuto e assistenza ad altri, se necessario, nel lavoro, nello studio, nel tempo libero, in ogni contesto di vita Saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo; Partecipare attivamente alla vita civile e culturale e della comunità apportando contributi personali e assumendo iniziative personali concrete: assumere compiti, impegnarsi nelle rappresentanze studentesche, associazioni di volontariato; comitati, ecc. Assumere, assolvere e portare a termine con precisione, cura e responsabilità i compiti affidati o intrapresi autonomamente Tenere comportamenti rispettosi della salute e della sicurezza propria e altrui in ogni contesto Tenere comportamenti rispettosi delle persone, della loro integrità fisica e psicologica, della riservatezza, dei loro punti di vista, delle differenze personali, culturali, sociali; tenere comportamenti di rispetto e di cura verso gli animali. Avere cura e rispetto delle cose comuni: edifici, beni artistici e naturali, ambiente Assumere responsabilità nel rispetto dell'etica e della deontologia professionale	Organizzazioni locali, nazionali, sovranazionali di impegno culturale, sociale, umanitario, di tutela ambientale, ecc. Normative, norme tecniche e comportamenti di sicurezza e igiene negli ambienti di lavoro Norme sulla riservatezza Codici etici e deontologici con riferimento all'ambito professionale di riferimento Tecniche di lavoro di gruppo Tecniche di comunicazione Organizzazioni locali, nazionali, sovranazionali di impegno culturale, sociale, umanitario, di tutela ambientale, ecc. Normative, norme tecniche e comportamenti di sicurezza e igiene negli ambienti di lavoro Norme sulla riservatezza Codici etici e deontologici con riferimento all'ambito professionale di riferimento
Utenti destinatari	Classe 3 ^a Istituto Tecnico per il Turismo
Prerequisiti	Capacità di stendere una relazione in lingua italiana Conoscenze di base in lingua straniera (da completare) Conoscenze di base dell'utilizzo di word processor e programmi di publishing Conoscenze di base sui siti web e sugli strumenti di gestione dei siti medesimi Saper lavorare in gruppo
Fase di applicazione	2° periodo dell'anno
Tempi	TOTALE: 32 h DTA (Discipline Turistico Aziendali) (9 h) Diritto (5 h) Inglese (4 h) Italiano (3 h) Geografia Turistica (3 h)
Esperienze attivate	Incontri con operatori: - di "Amnesty International" - di un'associazione/agenzia che opera nel settore del turismo responsabile - di un'associazione ambientalista Il prodotto finale sarà presentato in un'assemblea, con la presenza degli enti e delle associazioni che hanno collaborato
Metodologia	Lezione frontale Lavoro individuale e di gruppo Incontri con attivisti nei campi dell'ambiente e dei diritti umani Attività in laboratorio di informatica con connessione in rete

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 13 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Risorse umane <i>interne</i>	<p>Interne: docenti delle materie di Discipline turistiche e aziendali, Diritto e legislazione turistica, lingua straniera (Inglese), Geografia, Italiano. Uno dei docenti fungerà da coordinatore.</p> <p>Esterne: relatori delle associazioni nei campi dell'ambiente e dei diritti umani, se possibile, anche del paese di destinazione;</p> <p>Agenzie del settore</p>
esterne	
Strumenti	<p>Siti Internet di associazioni che si occupano dei diritti umani, di ambiente e di turismo responsabile</p> <p>Siti internet di Organizzazioni e istituzioni (Ministero esteri; ONU, ...)</p> <p>Biblioteche</p> <p>Libri di testo delle materie coinvolte (diritto; economia turistica; economia aziendale; inglese o altra lingua coinvolta)</p> <p>Laboratori informatici per la consultazione attiva dei materiali e la produzione degli elaborati attraverso FLOSS sw</p> <p>Course management system</p>
Valutazione	<p>Valutazione finale del prodotto: dovrà essere valutato</p> <p>1) Foglio-scheda illustrativo in formato digitale libero compatibile con la diffusione in internet (italiano – inglese);</p> <p>Strutturato efficacemente sulle informazioni disponibili in Internet, chiaro, comprensibile, corretto nella forma e nel lessico;</p> <p>Rispettoso delle specifiche tecniche sull'accessibilità dei siti internet.</p> <p>2) Relazione individuale dello studente sull'esperienza attività</p> <p>Chiara, comprensibile, corretta nella forma e nel lessico;</p> <p>Valutazione in itinere</p> <p>(Schede di osservazione del lavoro)</p> <p>Capacità organizzativa del singolo e del gruppo</p> <p>Capacità di utilizzo degli strumenti disponibili</p> <p>Trasferibilità delle competenze apprese</p> <p>Rispetto delle scadenze</p> <p>Capacità dell'alunno di superare le difficoltà</p> <p>Valutazione individuale per singola disciplina</p> <p>La valutazione darà luogo a voti nelle singole discipline coinvolte, secondo i seguenti pesi: Discipline turistiche e aziendali e Diritto e legislazione turistica 30%, lingua straniera (Inglese), Geografia e Italiano 20%.</p>

LA CONSEGNA AGLI STUDENTI

CONSEGNA AGLI STUDENTI

Titolo UdA

VIAGGIO – AMBIENTE – DIRITTI UMANI: elaborazione di un itinerario in un paese in via di sviluppo, con problemi relativi alla violazione dei diritti umani

Cosa ti si chiede di fare

Dovrai elaborare, insieme al tuo gruppo di riferimento, un Foglio-scheda illustrativo in formato digitale libero compatibile con la diffusione in internet (italiano – inglese) con gli elementi essenziali per permettere l'organizzazione di un itinerario in paese che presenta una situazione fragile per quanto riguarda il rispetto dei diritti umani e dell'ambiente.

Il risultato del tuo lavoro deve avere lo scopo di informare le persone o gli operatori turistici interessati a questo itinerario sulla situazione del paese sia dal punto di vista della potenzialità ambientale che dei rischi per la popolazione locale, derivanti dall'impatto del turismo.

Alla fine dell'esperienza dovrai presentare una relazione individuale riportando anche i contributi del tuo gruppo.

Il prodotto finale sarà presentato anche in una riunione aperta al territorio

Che senso ha (a cosa serve, per quali apprendimenti)

Lo scopo dell'UDA è quello di sviluppare delle competenze specifiche:

- lavorare in gruppo e relazionarsi con i compagni
- raccogliere e selezionare dati anche con l'utilizzo di Internet
- elaborare i dati raccolti all'interno di un progetto, anche con l'utilizzo di strumenti informatici
- imparare ad esporre in italiano ed in inglese in modo efficace e organico
- avvicinarsi alle problematiche dei diritti umani e dell'ambiente

Tempi

32 h suddivise nelle varie materie

Risorse (strumenti, consulenze, opportunità...)

Libri di testo delle materie coinvolte

Biblioteche

Siti internet

Incontri con esperti e attivisti del settore

Docenti delle singole discipline, di cui uno con funzioni di tutor

Ambiente di apprendimento on-line

Criteri di valutazione

Valutazione finale del prodotto

1) Foglio-scheda illustrativo in formato digitale libero compatibile con la diffusione in internet (italiano – inglese);
Strutturato efficacemente sulle informazioni disponibili in Internet, chiaro, comprensibile, corretto nella forma e nel lessico;
Rispettoso delle specifiche tecniche sull'accessibilità dei siti internet.

2) Relazione individuale sull'esperienza attività
Chiara, comprensibile, corretta nella forma e nel lessico;

Valutazione in itinere

(Schede di osservazione del lavoro)
Capacità organizzativa del singolo e del gruppo
Capacità di utilizzo degli strumenti disponibili
Trasferibilità delle competenze apprese
Rispetto delle scadenze
Capacità dell'alunno di superare le difficoltà

Valore dell'UdA in termini di valutazione della competenza mirata

L'UdA è parte significativa del curriculum in merito alle competenze professionali *Orientarsi nella normativa pubblicistica, civilistica, fiscale ed applicare la normativa specifica del settore turistico e Operare nella gestione e produzione di servizi/prodotti turistici e cercare soluzioni funzionali alle diverse tipologie*, nonché alle competenze chiave Consapevolezza ed espressione culturale, Competenza Digitale, Comunicazione nella lingua madre e nelle lingue straniere, Spirito di iniziativa e di intraprendenza. È complementare ad un'altra UdA, che riguarda la progettazione dell'itinerario turistico a partire dalla conoscenza della destinazione acquisita nella presente UdA

Peso dell'UdA in termini di voti in riferimento agli assi culturali ed alle discipline

La valutazione finale è trasferita nelle singole discipline coinvolte secondo i seguenti pesi: Discipline turistiche e aziendali e Diritto e legislazione turistica 30%, lingua straniera (Inglese), Geografia e Italiano 20% e partecipa alla certificazione delle competenze

PIANO DI LAVORO UdA

UNITÀ DI APPRENDIMENTO: VIAGGIO – AMBIENTE – DIRITTI UMANI: elaborazione di un itinerario in un paese in via di sviluppo, con problemi relativi alla violazione dei diritti umani

Coordinatore: Docente di DTA

Collaboratori : Docenti di diritto, inglese, italiano, geografia turistica

PIANO DI LAVORO UdA

SPECIFICAZIONE DELLE FASI

Dovrai elaborare, insieme al tuo gruppo di riferimento, un Foglio-scheda illustrativo in formato digitale libero compatibile con la diffusione in internet (italiano – inglese) con gli elementi essenziali per permettere l'organizzazione di un itinerario in paese che presenta una situazione fragile per quanto riguarda il rispetto dei diritti umani e dell'ambiente.

Il risultato del tuo lavoro deve avere lo scopo di informare le persone o gli operatori turistici interessati a questo itinerario sulla situazione del paese sia dal punto di vista della potenzialità ambientale che dei rischi per la popolazione locale, derivanti dall'impatto del turismo.

Alla fine dell'esperienza dovrai presentare una relazione individuale riportando anche i contributi del tuo gruppo.

Fasi	Attività	Strumenti	Esiti	Tempi	Valutazione
1	Presentazione del progetto e definizione degli obiettivi	Scaletta del progetto / Punti essenziali	consegnato	1 h	Gli allievi hanno capito il compito
2	Pianificazione del lavoro / formazione dei gruppi / specificazione dei compiti		Formazione dei gruppi e assegnazione dei ruoli	1 h	Gli allievi hanno compreso l'importanza del lavoro di gruppo e il loro compito
3	Momento formativo iniziale	Lezioni frontali / libri di testo	Apprendimento delle nozioni fondamentali nelle diverse discipline	2 h diritto 3 h DTA 2 h inglese 2 h geografia 1 h italiano	Gli allievi hanno acquisito le nozioni di base
4	Ricerca del materiale	Laboratorio multimediale collegato in rete Indicazioni sui siti di riferimento	Raccolta di materiale e fonti selezionate	4 h (2 DTA- 2 Diritto)	Gli alunni hanno presentato la raccolta selezionata di materiale e fonti, secondo le tematiche assegnate e con arricchimenti personali
5	Workshop con esperti e volontari	Esperti e volontari del settore	Feedback sugli argomenti trattati	4 h	Quantità e qualità degli interventi (eventuali)
6	Costruzione del foglio-scheda illustrativo	Laboratorio multimediale in rete; ambiente di apprendimento on-line; materiali prodotti dagli alunni	Prodotto finito	1 h diritto 4 h DTA 2 h inglese 1 h geografia 2 h italiano	Gli allievi hanno svolto il compito
7	Ricostruzione	Aula	Monitoraggio dell'UdA	1 ora	Autovalutazione
8	Esposizione orale e presentazione del prodotto	Aula magna	Esposizione e messa in linea del prodotto	2-3 h (in base al numero degli studenti della classe)	Gli studenti hanno svolto il compito

PIANO DI LAVORO UdA

DIAGRAMMA DI GANTT

Tempi						
Fasi	1 settimana	2 settimana	3 settimana	4 settimana	5 settimana	6 settimana
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

UNITÀ DI APPRENDIMENTO

FONTI DI FINANZIAMENTO

Comprendente:

UdA

CONSEGNA AGLI STUDENTI

PIANO DI LAVORO

UDA

UNITA' DI APPRENDIMENTO															
Denominazione	FONTI DI FINANZIAMENTO														
Prodotti	Presentazione al C. di classe di una documentazione multimediale sulle alternative europee di possibili finanziamenti e sulle soluzioni più convenienti per l'acquisizione di beni strumentali (a partire da uno studio di caso relativo alla ditta XY). È prevista inoltre la stesura di una relazione individuale.														
Competenze mirate Comuni/cittadinanza professionali	<p>Cittadinanza/comuni: Comunicare nella madrelingua Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici. Preparare ed esporre un intervento in modo chiaro, logico e coerente rispetto a: relazioni tecniche, in ambito scolastico e professionale, presentazioni, anche con l'ausilio di strumenti tecnologici (pagine web, software per ipertesti, per presentazioni, per mappe mentali e concettuali), sia open source che proprietari; Affrontare situazioni comunicative, oralmente e per iscritto, adattando il registro comunicativo ai diversi contesti, allo scopo e ai destinatari della comunicazione, adottando strategie comunicative appropriate a seconda delle situazioni (esposizioni, informazioni, relazioni, negoziazioni, decisioni ...), sia in campo personale che professionale, ricorrendo al lessico settoriale-tecnico, ove necessario, anche all'interno di testi specifici e tecnici.</p> <p>Comunicazione nelle lingue straniere:</p> <p>Competenze professionali: Individuare analizzare e comparare forme di finanziamento aziendale definendone le diverse modalità procedurali e le diverse implicazioni giuridico-economiche . Reperire, selezionare ed interpretare informazioni a carattere economico-finanziario, anche in formato web e anche in lingua comunitaria, rendendole funzionali all'obiettivo definito. Individuare eventuali agevolazioni offerte da Enti, Istituti, Istituzioni operanti sul territorio di riferimento con particolare riferimento all'organizzazione comunitaria. Utilizzare le dotazioni strumentali, in particolare informatiche, per il trattamento efficace dei dati reperiti e l'elaborazione personalizzata degli stessi.</p>														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Abilità</th> <th>Conoscenze</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Comunicazione nella madrelingua Comunicare con la terminologia tecnica specifica del settore di indirizzo; Gestire una relazione, un rapporto, una comunicazione in pubblico anche con supporti multimediali; Utilizzare in maniera autonoma dossier di documenti</td> <td>Comunicazione nella madrelingua I linguaggi settoriali; Modalità e tecniche della comunicazione in pubblico con supporto di Software multimediali; Strumenti e metodi di documentazione per una corretta informazione tecnica</td> </tr> <tr> <td>Individuare, analizzare e comparare le diverse forme dei finanziamento cui può ricorrere l'impresa</td> <td>Fabbisogno finanziario iniziale/funzionamento e fonti di finanziamento aziendale</td> </tr> <tr> <td>Calcolare gli interessi e gli altri elementi economici delle forme di finanziamento individuate rappresentandone i flussi informativi e processi di scelta.</td> <td>I soggetti operanti nel credito e le varie forme di prestito. I parametri matematici, indicatori, e criteri di scelta.</td> </tr> <tr> <td>Definire i piani di ammortamento e ogni altra modalità di estinzioni del finanziamento optato</td> <td>Principali norme disciplinanti l'attività turistica.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Terminologia specifica nelle lingue europee</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Incentivi pubblici in conto capitale ed interessi e agevolazioni fiscali e contributive.</td> </tr> </tbody> </table>	Abilità	Conoscenze	Comunicazione nella madrelingua Comunicare con la terminologia tecnica specifica del settore di indirizzo; Gestire una relazione, un rapporto, una comunicazione in pubblico anche con supporti multimediali; Utilizzare in maniera autonoma dossier di documenti	Comunicazione nella madrelingua I linguaggi settoriali; Modalità e tecniche della comunicazione in pubblico con supporto di Software multimediali; Strumenti e metodi di documentazione per una corretta informazione tecnica	Individuare, analizzare e comparare le diverse forme dei finanziamento cui può ricorrere l'impresa	Fabbisogno finanziario iniziale/funzionamento e fonti di finanziamento aziendale	Calcolare gli interessi e gli altri elementi economici delle forme di finanziamento individuate rappresentandone i flussi informativi e processi di scelta.	I soggetti operanti nel credito e le varie forme di prestito. I parametri matematici, indicatori, e criteri di scelta.	Definire i piani di ammortamento e ogni altra modalità di estinzioni del finanziamento optato	Principali norme disciplinanti l'attività turistica.		Terminologia specifica nelle lingue europee		Incentivi pubblici in conto capitale ed interessi e agevolazioni fiscali e contributive.
Abilità	Conoscenze														
Comunicazione nella madrelingua Comunicare con la terminologia tecnica specifica del settore di indirizzo; Gestire una relazione, un rapporto, una comunicazione in pubblico anche con supporti multimediali; Utilizzare in maniera autonoma dossier di documenti	Comunicazione nella madrelingua I linguaggi settoriali; Modalità e tecniche della comunicazione in pubblico con supporto di Software multimediali; Strumenti e metodi di documentazione per una corretta informazione tecnica														
Individuare, analizzare e comparare le diverse forme dei finanziamento cui può ricorrere l'impresa	Fabbisogno finanziario iniziale/funzionamento e fonti di finanziamento aziendale														
Calcolare gli interessi e gli altri elementi economici delle forme di finanziamento individuate rappresentandone i flussi informativi e processi di scelta.	I soggetti operanti nel credito e le varie forme di prestito. I parametri matematici, indicatori, e criteri di scelta.														
Definire i piani di ammortamento e ogni altra modalità di estinzioni del finanziamento optato	Principali norme disciplinanti l'attività turistica.														
	Terminologia specifica nelle lingue europee														
	Incentivi pubblici in conto capitale ed interessi e agevolazioni fiscali e contributive.														
Utenti destinatari	Classe 5														
Prerequisiti	<p>Conoscenza del patrimonio aziendale e del reddito di esercizio Il mercato dei capitali: soggetti, prodotti e normativa Il fabbisogno finanziario: articolazione e cause. Leggi di capitalizzazione e ammortamento prestiti. Utilizzo del programma applicativo office e navigazione internet. Lettera di richiesta in lingua: enquiries</p>														
Fase di applicazione	primo quadrimestre della classe 5														
Tempi	30 ore														
Esperienze attivate	Laboratorio, incontro con esperti e testimoni di impresa e documentazione multimediale di interviste														
Metodologia	<p>Lezione frontale Work group Studio di caso Ricerca in internet Brainstorming</p>														

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 20 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

UNITA' DI APPRENDIMENTO	
Risorse umane interne esterne	Docenti della classe Discipline turistiche ed aziendali, Lingua italiana, Lingue comunitarie, Informatica, Matematica, Diritto e legislazione turistica Esperti esterni: testimoni d'impresa
Strumenti	Computer, software di settore, collegamenti in rete, materiale e modulistica corrente e sul mercato,
Valutazione	La valutazione avrà ad oggetto sia il prodotto in uscita sia il processo di formazione Prodotto in uscita: sarà a cura dei docenti delle discipline coinvolte, degli esperti e dei testimoni d'impresa intervenuti Processo: autovalutazione a cura degli studenti riuniti in assemblea di classe presieduta dal Docente coordinatore di classe che ne garantirà la correttezza, l'equità e la trasparenza. Il coordinatore inoltre avrà il compito di illustrare la normativa che governa gli organismi democratici. La valutazione, in ogni caso, dovrà essere ratificata dal CDC. Indicatori scelti: Comunicazione e socializzazione di esperienze e conoscenze, relazione con i formatori, curiosità, rispetto dei tempi, cooperazione, funzionalità, precisione e destrezza nell'utilizzo degli strumenti e delle tecnologie, uso del linguaggio tecnico, completezza e pertinenza, capacità di trasferire le conoscenze acquisite, ricerca e gestione delle informazioni, creatività ed autonomia, autovalutazione

LA CONSEGNA AGLI STUDENTI

CONSEGNA AGLI STUDENTI
<p>Titolo UdA Forme di finanziamento</p> <p>Cosa si chiede di fare Individuare, analizzare e comparare le diverse fonti di finanziamento idonee a soddisfare un determinato fabbisogno finanziario aziendale definendone le modalità procedurali e le diverse implicazioni giuridico economiche. Presentazione al C. di classe di una documentazione multimediale sulle alternative europee di possibili finanziamenti e sulle soluzioni più convenienti per l'acquisizione di beni strumentali (a partire da uno studio di caso relativo alla ditta XY). È prevista inoltre la stesura di una relazione individuale.</p> <p>In che modo (singoli, gruppi..) Nella ricerca dei dati e nella comparazione i ragazzi lavorano in piccoli gruppi, analogamente nell'analisi del caso e nella successiva produzione della documentazione multimediale (sulle alternative europee di possibili finanziamenti e sulle soluzioni più convenienti per l'acquisizione di beni strumentali), mentre nella redazione del report il lavoro sarà individuale. Ogni gruppo ricercherà i dati da elaborare sia da fonti italiane sia da fonti in lingua.</p> <p>Quali prodotti La documentazione /lo studio di caso avverrà in forma multimediale. La relazione consisterà in un elaborato cartaceo accurato e</p> <p>Che senso ha (a cosa serve, per quali apprendimenti): promuovere un approccio all'individuazione di fonti di finanziamento basato sul metodo della ricerca in ambito europeo, che valorizzi la curiosità dello studente e lo abitui a vagliare le variabili in gioco, in relazione alla tipologia di azienda e al suo patrimonio</p> <p>Tempi 30 ore in circa tre settimane all'inizio dell'anno scolastico (settembre-ottobre) della classe 5</p> <p>Risorse (strumenti, consulenze, opportunità...) Laboratorio di informatica – web, materiale d'uso sul mercato, consulenza insegnanti interni d'indirizzo e delle discipline coinvolte ed esperti esterni.</p> <p>Criteri di valutazione: Comunicazione e socializzazione di esperienze e conoscenze, relazione con i formatori, curiosità, rispetto dei tempi, cooperazione, funzionalità, precisione e destrezza nell'utilizzo degli strumenti e delle tecnologie, uso del linguaggio tecnico, completezza e pertinenza, capacità di trasferire le conoscenze acquisite, ricerca e gestione delle informazioni, creatività ed autonomia, autovalutazione (13 indicatori sono tanti per riuscire a valutare veramente, meglio ridurre. Poi riportarli anche nella casella valutazione, alla fine dello schema dell'UdA)</p> <p>Valore della UdA in termini di valutazione della competenza mirata: l'UdA è una componente della competenza leggere ed interpretare il sistema azienda nei suoi modelli, processi di gestione e flussi informativi</p> <p>Peso della UdA in termini di voti in riferimento agli assi culturali ed alle discipline: la valutazione darà luogo a voti nelle singole discipline con i seguenti pesi: Discipline turistiche ed aziendali 30%, Lingua italiana 10%, Lingue comunitarie 10%, Informatica 20%, Matematica 10%, Diritto e legislazione turistica 10%. Il peso della valutazione UdA sarà proporzionale all'impegno orario UdA sul monte ore della disciplina.</p>

PIANO DI LAVORO UDA

UNITÀ DI APPRENDIMENTO: FONDI DI FINANZIAMENTO
Coordinatore: docente di discipline turistiche aziendali
Collaboratori :docenti di italiano, lingue comunitarie, matematica, informatica, discipline turistiche ed aziendali, diritto e legislazione turistica, esperti esterni

SPECIFICAZIONE DELLE FASI

Fasi	Attività	Strumenti	Esiti	Tempi	Valutazione
1	Presentazione contenuti e obiettivi e consegna agli alunni	Lezione frontale e testo	La condivisione del progetto e degli obiettivi L'individuazione del compito/prodotto L'importanza professionale del prodotto oggetto dell'UDA	2 ore	Feedback interesse dimostrato
2	Analisi del caso		a vagliare le variabili in gioco, in relazione alla tipologia di azienda e al suo patrimonio		Curiosità, cooperazione
3	Brainstorming e condivisione degli obiettivi	Discussione di gruppo		1 ora	Curiosità, cooperazione
4	Costituzione gruppi e assegnazione del lavoro	Attività in classe	Condivisione dei criteri per la formazione dei gruppi e dell'assegnazione dei ruoli Consapevolezza dell'importanza del lavoro di gruppo	1 ora	Qualità del metodo del lavoro di gruppo
5	Raccolta, selezione e confronto, elaborazione delle informazioni	Laboratorio, web, documentazione cartacea	Acquisizione di informazioni	9 ore	Osservazione e registrazione degli atteggiamenti Ricerca e gestione delle informazioni Cooperazione
6	Incontro con esperti e testimoni di impresa	Intervista, registratore, appunti	Acquisizione di informazioni	2 ore	Relazione con i formatori
7	Verifica intermedia	Dati grezzi, testi delle interviste	Controllo dei materiali selezionati e delle informazioni raccolte, individuazione di ciò che manca	2 ore	Controllo dei materiali selezionati e delle informazioni raccolte
8	Progettazione e realizzazione della documentazione multimediale	Computer, software di presentazione	Comunicazione chiara, efficace, esaustiva	8 ore	Precisione e destrezza nell'utilizzo degli strumenti e delle tecnologie
9	Rielaborazione e confronto personale e redazione del report individuale anche in lingua comunitaria	Supporto informatico con relativa stampa		5 ore	Valutazione del prodotto: completezza e pertinenza, capacità di trasferire le conoscenze acquisite
10	Verifica				Autovalutazione
11	Presentazione del lavoro individuale e per gruppi	Supporto informatico		6 ore	Valutazione finale e riflessione Comunicazione e socializzazione di esperienze e conoscenze

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 22 di 56
----------------------	---------------------------------------	--------------

DIAGRAMMA DI GANTT

Tempi							
Fasi							
1 + 2	terza settimana settembre						
3		Quarta settimana settembre					
4 + 5			Prima settimana ottobre				
5				Seconda settimana ottobre			
6				Seconda settimana ottobre			
7					Terza settimana ottobre		
8				Seconda settimana ottobre	Terza settimana ottobre	Quarta settimana ottobre	
9						Quarta settimana ottobre	
10							Quinta settimana ottobre
11							Quinta settimana ottobre

PROVA ESPERTA

SCHEDE DELLA PROVA ESPERTA

SCHEDE PER DOCENTI					
Titolo: Analisi e valorizzazione di una destinazione turistica termale					
Percorso/classe: Classe quarta corso turistico					
Periodo di somministrazione prova: entro febbraio 2011					
Durata totale: 12,30 ore					
Competenze mirate COMUNI					
Comunicazione nella madrelingua:					
- Redigere testi argomentativi tecnici;					
- Documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali date;					
- interpretare e comprendere testi continui e non continui					
Comunicazione nella lingua straniera:					
-Comprendere testi scritti di tipo tecnico e informativo in L2;					
-elaborare testi informativi;					
- Padroneggiare una lingua comunitaria per scopi comunicativi;					
- utilizzare i linguaggi settoriali relativi al percorso di studio, per interagire in ambiti e contesti professionali;					
Consapevolezza ed espressione culturale con riguardo al patrimonio culturale, artistico e letterario:					
-Riconoscere il valore e le potenzialità turistica ed economica del patrimonio ambientale, per una corretta fruizione e valorizzazione.					
Competenza matematica:					
-Utilizzare il linguaggio ed i metodi propri della matematica, per organizzare e valutare adeguatamente informazioni qualitative e quantitative.					
di INDIRIZZO					
-Leggere, riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali, cogliendone le ripercussioni nel contesto turistico.					
-Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e cercare soluzioni funzionali al problema dato.					
-Analizzare l'immagine del territorio sia per riconoscere la specificità del suo patrimonio culturale, sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile.					
Step	Durata in ore	Attività	Compito significativo e prodotto	Peso	Dimensioni dell'intelligenza prevalentemente sollecitate
A	2 ore	Di gruppo	Stesura del verbale secondo le linee guida assegnate.	10%	Relazionale
B 1	3.00	Individuale con focus linguistico culturale	Comprendere testi letterari e tecnici, continui e non continui, in lingua madre e L2, per ricavare informazioni di tipo geografico sul territorio termale, di tipo culturale, economico; comprendere nel tempo le trasformazioni dell'uso economico e culturale delle terme; elaborare brevi testi di tipo argomentativo per giustificare le proprie opinioni	22%	Culturale, geografico, economico
B 2	2 ore	Individuale con focus matematico	Andamento dei flussi del turismo termale:analisi comparata. Partendo da dati grezzi, rielaborare tabelle, trovare indici opportuni e commentare i risultati . Scegliere da dati assegnati quelli appropriati per lo sviluppo del lavoro assegnato.	23%	Matematica
C	4	Individuale con focus professionale	Proposta di ammodernamento e ristrutturazione di un'attività alberghiera per rispondere al calo della domanda e seguire l'evoluzione del	30%	Problem solving Tecnica aziendale e turistica; aspetti geografici-ambientali e di

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 25 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

			comportamento/gusti /evoluzione della clientela determinando i riflessi contabili nel bilancio. Proporre una o più iniziative in ambito comunicativo/promozionale per dare visibilità alla nuova offerta (<i>la/ le proposte sono valide per l'eccellenza</i>)		valorizzazione delle risorse
D	1 ora e trenta	Individuale con focus riflessivo	Ricostruzione-justificazione	15%	Metacompetenza
E		individuale	Eccellenza	lode	Presentazione di una proposta argomentata di valorizzazione dell'impresa
Modalità di gestione gruppi: minimo 4 studenti per gruppo, ruoli assegnati e scelti dal docente riferiti ad una classe.					
Leader					
Segretario					
Osservatore					
Responsabile dei tempi					
Strumenti forniti e/o ammessi: dizionari monolingua, calcolatrice, dizionario di lingua italiana, codice civile.					
Logistica: aula, laboratorio multimediale					

CONSEGNA AGLI STUDENTI

<p>Titolo : Analisi e valorizzazione di una destinazione turistica termale.</p>		
<p>Competenze mirate COMPETENZE CHIAVE Comunicazione nella madrelingua: -Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali Comunicazione nella lingua straniera: -Padroneggiare una lingua comunitaria per scopi comunicativi, utilizzando anche i linguaggi settoriali relativi al percorso di studio, per interagire in ambiti e contesti professionali. Consapevolezza ed espressione culturale con riguardo al patrimonio culturale, artistico e letterario: -Riconoscere il valore e le potenzialità dei beni artistici e ambientali, per una loro corretta fruizione e valorizzazione. Competenza matematica: -Utilizzare il linguaggio ed i metodi propri della matematica, per organizzare e valutare adeguatamente informazioni qualitative e quantitative. -Prospettare possibili andamenti</p>		
<p>COMPETENZE di INDIRIZZO -Leggere, riconoscere ed interpretare le tendenze dei mercati locali, nazionali e globali, cogliendone le ripercussioni nel contesto turistico. -Riconoscere le peculiarità organizzative delle imprese turistiche e cercare soluzioni funzionali al problema dato. -Analizzare l'immagine del territorio sia per riconoscere la specificità del suo patrimonio culturale, sia per individuare strategie di sviluppo del turismo integrato e sostenibile.</p>		
<p>Step A Nel verbale dovete riportare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Riassunto dei passaggi significativi della prova e che cosa chiede; - Riportare i contributi e le idee dei membri del gruppo - Riportare brevemente l'andamento della discussione: problemi, passaggi significativi. - Le proposte operative valutate - Le proposte operative ritenute più efficaci 		
<p>Step B1 Comprendere i testi in L1 e la loro specificità (scopi, tipologia, lessico); esaminare e comprendere un testo non continuo, capire le relazioni interne e il senso; produrre un testo corretto e chiaro di circa 250 parole che spieghi il testo non continuo. Comprendere un testo in L2. Elaborare un elenco di informazioni selezionate e gerarchizzate. Esaminare un testo in L2 , rispondendo a domande a risposta aperta articolata.</p>		
<p>Step B2 Scelta di dati pertinenti al compito Produzione di grafici e/tabelle per dedurre indici opportuni che possano definire quale delle stazioni turistiche è la meno competitiva.</p>		
<p>Step C Procedi all'analisi e alla valorizzazione di una destinazione turistica termale (vedi sotto: "compito/prodotto")</p>		
<p>Step D Alla fine della prova, dovrai compilare una relazione individuale (che poi verrà <i>anche illustrata oralmente</i>) relativa a:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. come hai operato per la soluzione della prova; 2. ai problemi incontrati; 3. alle scelte che hai fatto <i>motivandole</i>; 4. alla valutazione sulla prova stessa e su come tu l'hai vissuta. 		
<p>Compito/ prodotto In qualità di esperto del settore, dopo aver studiato ed analizzato dati di stazioni termali (quali flussi turistici, caratteri della domanda turistica e delle motivazioni , ecc.) ipotizza di dover valutare gli aspetti di forza e critici di tali destinazioni, al fine di valorizzare la destinazione turistica termale.</p>		
<p>Durata 12 ore e 30</p>		
<p>Valutazione Vedi schede allegate</p>		
<p>Allegati Materiali forniti dai docenti (Step A)</p>		

VALUTAZIONE E RACCOLTA DATI

METODOLOGIA DI VALUTAZIONE

Attività di gruppo

L'oggetto della prova è la produzione del verbale della discussione (su schema dato) che dovrà dare conto dell'andamento della discussione. Il verbale sarà valutato secondo i seguenti parametri:

- 1 = il verbale rappresenta l'esame dei nodi basilari della prova, oppure:
- 1 = il verbale rappresenta l'esame di qualche nodo della prova e contiene elementi di osservazione delle dinamiche
- 2 = il verbale rappresenta l'esame dei nodi significativi della prova, raccoglie i contributi del gruppo ed evidenzia le idee assunte
- 3 = il verbale rappresenta l'esame di nodi significativi della prova, raccoglie i contributi di tutto il gruppo, contiene elementi di osservazione delle dinamiche ed evidenzia le idee valutate e quelle assunte

Il punteggio totale va riportato a 10

Attività individuale con focus linguistico-culturale

La prova, costituita da test continui e non continui, conterrà item diversi che verranno valutati secondo i seguenti criteri, portati a titolo di esempio:

Item n. 1 = criterio e peso: es.: risposta scelta multipla semplice (SMS), ogni risposta vale 1 punto

Item n. 2 = criterio: es. scelta multipla complessa (SMC): entrambe le risposte corrette, 2 punti; una sola corretta, 1 punto

Item n. 3 = risposta aperta articolata (RAA): costruire il criterio e assegnare un peso nell'economia generale della prova (che vale 22 punti totali). Il criterio potrebbe riguardare ad esempio: le conoscenze espresse (ci sono tutte quelle rilevanti; solo alcune; quali sono accettabili); presenza di legami tra concetti e conoscenze; argomentazioni, riflessioni, giudizi, confronti, esempi...

Il peso dell'item dipende dalla sua complessità e dalla qualità di dimensioni attivate (conoscenza, riflessione, pensiero critico, ecc). Si prenda ad esempio PISA. I criteri di correzione vanno resi espliciti quesito per quesito.

Ogni item deve avere esplicitati questi elementi:

- a. tipo di compito: individuare informazioni; individuare il genere testuale; rilevare inferenze; interpretare...
- b. formato dei testi da analizzare: continuo e/o non continuo (si suggerisce, in analogia con le prove OCSE-PISA, la presenza di entrambe le tipologie e la proposta di almeno una domanda che richieda di reperire/inferire e integrare tra loro informazioni da entrambi); formato del testo/dei testi con cui produrre la risposta: continuo e/o non continuo)
- c. peso dell'item nell'economia generale della prova
- d. criterio di correzione

Il risultato derivante dalla somma dei punteggi ponderati va riportato a 22

Attività individuale con focus matematico

La valutazione del compito con focus matematico si basa sulle seguenti dimensioni di osservazione:

- a. correttezza formale dei calcoli e logicità del procedimento
- b. equilibrio nella valutazione di efficienza/efficacia; costi/benefici
- c. giustificazione delle scelte operate rispetto alle procedure o ai confronti

oltre che sul merito delle questioni poste nel problema posto.

L'attribuzione del punteggio avviene attribuendo un punteggio da 1 a 3 ai diversi quesiti o problemi proposti secondo questi criteri:

- a. correttezza dei calcoli e logicità del procedimento (punteggio da 1 a 3)
 - 1 = il compito matematico è scorretto nel calcolo, logico nel procedimento
 - 2 = il compito ha inesattezze nei calcoli, il procedimento è logico e corretto
 - 3 = il compito matematico è formalmente corretto nel calcolo e nel procedimento, che è anche logicamente seguito.
- b. Quesiti o compiti riguardanti il merito del problema proposto: punteggio da 1 a 3 per ciascun quesito/compito;
- c. Valutazione di efficienza/efficacia, costi/benefici; ecc.: punteggio da 1 a 3
- d. Quesiti sulla giustificazione delle scelte; confronti, ecc.: punteggio da 1 a 3 per ciascun quesito/compito

Il risultato derivante dalla somma dei punteggi parziali va riportato a 23.

Attività individuale con focus pratico e professionale

Le dimensioni di valutazione dell'attività pratico/professionale sono le seguenti:

- proprietà nell'uso del linguaggio tecnico specifico e correttezza della lingua;
- funzionalità del prodotto: funziona, serve all'uso progettato; se si tratta di un progetto, mostra tutte le caratteristiche perché il prototipo che ne dovesse derivare funzioni;
- equilibrio efficienza/efficacia; costo/beneficio; prezzo/qualità
- comunicazione adeguata al target (es. nella comunicazione con cliente)

Ognuna delle quattro dimensioni viene valutata su una scala da 1 (appena sufficiente) a 3 (ottimo).

L'attribuzione del punteggio totale (30) risulta dalla ponderazione dei punteggi ottenuti nelle quattro dimensioni, assegnando a ciascuno un coefficiente di ponderazione, che risulta maggiore per la funzionalità. La funzionalità è anche una caratteristica imprescindibile per l'accettazione della prova. Ciò significa che se il prodotto non funziona (non è attribuibile neanche il punteggio 1) il punteggio sarà 0, indipendentemente dalla valutazione ottenuta nelle altre tre dimensioni.

Coefficienti di ponderazione:

- proprietà e correttezza nel linguaggio: coefficiente di ponderazione 2 (Px2);
- funzionalità: coefficiente di ponderazione 3,5 (Px3,5);
- equilibrio costi/benefici, qualità/prezzo, ecc.: coefficiente di ponderazione 2,5 (Px2,5)
- comunicazione: coefficiente di ponderazione 2 (Px2)

Per gli esempi di attribuzione del punteggio si vedano le linee guida, così come per i criteri di valutazione dello studio di caso.

Il punteggio ponderato totale in questo modo viene automaticamente riportato a 30

Attività individuale con focus riflessivo

La ricostruzione/riflessione, attraverso una relazione scritta e orale, viene valutata secondo i seguenti criteri:

1 = sono stati richiamati i passaggi basilari della prova

2 = sono stati richiamati i passaggi basilari della prova e giustificate le scelte effettuate per la qualità del prodotto

3 = sono stati richiamati i passaggi significativi della prova e giustificate in modo esauriente le scelte effettuate per la qualità del prodotto

Per quanto riguarda lo **studio di caso**, la ricostruzione riflessiva richiederà all'allievo di riproporre le tappe significative della sua analisi, anche in termini procedurali e di riportarne la sintesi in una tabella (es. pro-contro; Ishikawa...)

Il punteggio sarà attribuito secondo i seguenti criteri:

1 = sono stati valutati alcuni dati utili, anche con informazioni provenienti da fonti diverse; sono state comparate alcune scelte diverse;

2 = sono stati valutati dati utili, evidenziando alcuni collegamenti con fonti provenienti da fonti diverse; sono state comparate scelte diverse che sono state riportate in una tabella di sintesi

3 = sono stati selezionati e valutati i dati utili, evidenziando i collegamenti più significativi anche provenienti da fonti diverse; è stata effettuata la comparazione di scelte diverse mettendo in evidenza vantaggi e svantaggi; è stata compilata con chiarezza la tabella di sintesi

Il punteggio totale va riportato a 15

Attività individuale per l'eccellenza

Il riconoscimento di eccellenza viene attribuito secondo un apprezzamento di tipo qualitativo che tiene conto della presenza/assenza nella prova (o mediante una parte aggiuntiva/facoltativa) delle seguenti dimensioni, al massimo livello:

Pertinenza, accuratezza, originalità della soluzione proposta sì no

Capacità argomentativa, riflessiva e critica sì no

Ad esempio, la prova potrebbe contenere una domanda aggiuntiva che richieda di ipotizzare una soluzione alternativa per un target diverso di clienti o per superare un evento critico imprevisto.

SCHEDA DI RACCOLTA DATI

Nome, cognome _____

Classe _____

Prova _____

	PUNTEGGI	TABULAZIONE ¹
Attività di gruppo		
Attività individuale con focus linguistico-culturale		
Attività individuale con focus matematico		
Attività individuale con focus pratico e professionale		
Attività individuale con focus riflessivo		
Attività individuale per l'eccellenza		

Luogo _____

Data _____

Commissione _____

¹ Codifica tabulazione: 1,2,3 = risposta positiva; 0 = risposta sbagliata; 9 = risposta mancante. Serve per il trattamento elettronico dei dati complessivi del campione a fini statistici.

SCHEMA DI VERBALE- STUDENTI	
<p>Informazioni generali</p> <p>Indicazione dei ruoli dei componenti il gruppo</p>	<p>Data, luogo, orario e componenti del gruppo</p> <p>Leader _____ Responsabile _____ Segretario _____ Osservatore partecipante _____ Come è avvenuta l'assegnazione dei ruoli? Ci sono state difficoltà?</p>
<p>Modalità di lavoro del gruppo</p> <p>Clima di lavoro</p> <p>Contributi dei partecipanti</p>	<p>Quale metodologia è stata adottata per la raccolta delle idee?</p> <p>C'è stato accordo e collaborazione? Ci sono stati momenti di difficoltà o di tensione? Per quale motivo? Come sono stati risolti? Tutti hanno espresso la loro opinione? Qualche componente ha monopolizzato il tempo e l'attenzione?</p>
<p>Rispetto dei tempi</p> <p>Rispetto dei ruoli</p>	<p>Il gruppo è riuscito a svolgere completamente il compito nei tempi previsti? In caso negativo, perché?</p> <p>I ruoli sono stati svolti e rispettati? L'assegnazione dei ruoli è stata efficace per lo svolgimento del compito?</p>
<p>Idee emerse sui diversi aspetti della tematica</p> <p>Idee emerse sulla valorizzazione</p>	<p>Breve report sui contributi più significativi di ciascun componente del gruppo (chi ha detto che cosa?).</p> <p>Sono emerse più proposte? Tutti i componenti hanno presentato almeno una proposta? Il gruppo è giunto ad una proposta condivisa? Si è tenuto conto della fattibilità del progetto e delle eventuali difficoltà di realizzazione</p>

ISTRUZIONI PER GLI STUDENTI

1. Il verbale viene compilato dagli studenti dopo la consultazione dei materiali dello step A
2. Le risposte devono essere chiare nelle informazioni e devono fornire indicazioni in linea con le voci della valutazione (pag. successiva)
3. I materiali dello step A sono vari ma tutti funzionali allo svolgimento della prova esperta
4. Tutti i file relativi alle prove devono contenere in intestazione NOME COGNOME E CLASSE DELLO/A STUDENTE/ESSA e lo step di riferimento.
5. Tutti i file in fase di salvataggio devono essere nominati in modo significativo; ad es., **step B nome cognome classe**.

Al termine della prova ogni studente dovrà compilare una **relazione individuale** (step D) relativa a:

1. operazioni attivate per la soluzione della prova;
2. problemi incontrati;
3. scelte fatte con adeguate motivazioni;
6. valutazione sulla prova stessa.

Il testo dello step D deve essere chiaro nell'esposizione e opportunamente argomentato nei vari punti; non deve superare le 450 parole (file word usare il conta parole)

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 31 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

Il verbale sarà valutato secondo i seguenti parametri:

PUNTEGGIO	CRITERI VALUTATIVI
1	A. Il verbale riassume solo alcuni passaggi e non i più significativi
1	B. Vengono riportati solo alcuni contributi e idee del gruppo
1	C. Dal verbale non si evince l'andamento della discussione
1	D. Non vengono fornite proposte operative
2	A. Il verbale riassume alcuni passaggi significativi
2	B. Vengono riportati alcuni contributi e idee del gruppo
2	C. Dal verbale si evince solo in parte l'andamento della discussione
2	D. Vengono fornite alcune proposte operative
3	A. Il verbale riassume tutti i passaggi significativi della prova
3	B. Vengono riportati i contributi e le idee del gruppo
3	C. Dal verbale si evincono l'andamento della discussione e i passaggi significativi
3	D. Vengono fornite le proposte operative ritenute più efficaci

Scegliere un punteggio per A, uno per B, uno per C e uno per D. Sommare: si trova il *punteggio grezzo*. Dal punteggio grezzo attraverso la TABELLA, si passa al *punteggio in decimi*.

Punteggio grezzo	Punteggio in decimi
4	1
5	2
6	3
7	4
8	5
9	6
10	7
11	9
12	10

MATERIALI DI CONSULTAZIONE

STEP A

Turismo termale e del benessere

L'evoluzione dei bisogni dei consumatori è oggi molto più evidente nel tempo libero e nella cura del proprio corpo, con una spesa complessiva in aumento continuo, a seguito delle repentine trasformazioni dei valori e degli stessi comportamenti del consumatore. Sul piano strettamente individuale è in particolare l'esigenza di benessere a caratterizzare maggiormente i comportamenti dell'individuo, con l'allargamento del concetto di prevenzione che attraversa tutti i segmenti di popolazione, al di là dell'età e del reddito, collegandosi direttamente a quello della salute.

Di questa evoluzione sono testimonianze gli Health Centers, i Fitness club, i Centri dietetici, gli alberghi con attrezzature sportive, i centri di meditazione ecc., che allargano la sfera del termalismo alla *salute, al benessere, al piacere*.

Tra il termalismo tradizionale e il turismo tradizionale si è dunque fatto strada il turismo dello "*star bene*", al cui centro vi è un soggiorno rilassante in località non congestionate, collegate in ambienti naturali in cui ritrovare quella qualità della vita che il degrado degli ambienti urbani ha fatto rapidamente scomparire, con risorse naturali in grado di contribuire alla difesa della propria salute, con attrezzature sportive indirizzate ai milioni di individui che praticano in Italia sport turistici, con forme di animazione culturale e con un'offerta artigianale e commerciale fortemente tipizzata.

In generale il criterio ispiratore generale di tutta l'azione manageriale e gestionale delle nostre località termali e del benessere dovrà essere il conseguimento di standard qualitativi elevati e strutturali, secondo i principi organizzativi della qualità totale; questo non solo per ottimizzare la gestione economica dell'azienda ma anche perché il nuovo prodotto terme e benessere che dobbiamo andare a proporre sul mercato sarebbe intimamente snaturato e svilito da una scadente qualità dei servizi di accoglienza del territorio, deludendo l'aspettativa di soggiorno - benessere, personalizzato, rilassante, gratificante.

Negli ultimi anni alcune località sono state in grado di riportare trend positivi, anche in controtendenza con gli andamenti nazionali o regionali o di settore: questo aspetto lascia pensare quanto sia importante qualificare in continuazione l'offerta e promuovere le destinazioni termali della Provincia, che si trovano, in posizioni particolarmente felici dal punto di vista territoriale anche in connessione con altri segmenti di offerta con i quali appare interessante e di non difficile praticabilità un lavoro in sinergia.

Giacomo Sanavio

Pisa, 2 dicembre 2005

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 33 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

Carta per un Turismo Sostenibile

Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile, Lanzarote, 27/28 aprile 1995

“Consapevoli che il turismo è un fenomeno mondiale e un elemento importante per lo sviluppo [...]”

Facciamo appello alla comunità internazionale e in particolare sollecitiamo i governi, le autorità pubbliche, i responsabili e i professionisti del settore del turismo, le associazioni pubbliche e private le cui attività hanno una relazione con il turismo e i turisti stessi, ad adottare i principi e gli obiettivi della seguente Dichiarazione”:

1. Lo sviluppo del turismo deve essere basato sul criterio della sostenibilità, ciò significa che deve essere ecologicamente sostenibile nel lungo periodo, economicamente conveniente, eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali.

Lo sviluppo sostenibile è un processo guidato che prevede una gestione globale delle risorse per assicurarne la redditività, consentendo la salvaguardia del nostro capitale naturale e culturale. Il turismo, come potente strumento di sviluppo, può e dovrebbe partecipare attivamente alla strategia di sviluppo sostenibile. La caratteristica di una corretta gestione del turismo è che sia garantita la sostenibilità delle risorse dalle quali esso dipende.

2. La sostenibilità del turismo richiede per definizione che esso integri l'ambiente naturale, culturale e umano; che rispetti il fragile equilibrio che caratterizza molte località turistiche, in particolare le piccole isole e aree ambientali a rischio. Il turismo dovrebbe assicurare un'evoluzione accettabile per quanto riguarda l'influenza delle attività sulle risorse naturali, sulla biodiversità e sulla capacità di assorbimento dell'impatto e dei residui prodotti.

3. Il turismo deve valutare i propri effetti sul patrimonio culturale e sugli elementi, le attività e le dinamiche tradizionali di ogni comunità locale. Il riconoscimento degli elementi e delle attività tradizionali di ogni comunità locale, il rispetto e il sostegno alla loro identità, cultura e ai loro interessi devono sempre avere un ruolo centrale nella formulazione delle strategie turistiche, particolarmente nei paesi in via di sviluppo.

4. Il contributo attivo del turismo a uno sviluppo sostenibile presuppone necessariamente solidarietà, rispetto reciproco e partecipazione da parte di tutti gli attori coinvolti nel processo, e in particolare degli autoctoni dei paesi coinvolti. Solidarietà, rispetto reciproco e partecipazione devono basarsi su meccanismi efficienti di cooperazione a ogni livello: locale, nazionale, regionale e internazionale.

5. La conservazione, la protezione e la consapevolezza del valore delle nostre risorse naturali e culturali costituiscono un'area privilegiata per la cooperazione. Questo approccio implica il fatto che tutti i responsabili del settore debbano affrontare una vera e propria sfida, quella dell'innovazione culturale e professionale, e debbano inoltre assumersi il grande impegno di creare piani di intervento integrati e strumenti adeguati per la gestione. Questo approccio deve assicurare che tutti i protagonisti abbiano gli strumenti per una cooperazione e gestione integrate, comprese le innovazioni tecnologiche.

6. La protezione della qualità della destinazione turistica e la capacità di soddisfare i turisti devono essere

determinate dalle comunità locali in consultazione con gli enti coinvolti e le parti interessate e dovrebbero rappresentare gli obiettivi prioritari nella formulazione delle strategie e dei progetti turistici.

Per essere compatibile con lo sviluppo sostenibile, il turismo dovrebbe basarsi sulla diversità delle opportunità offerte dalle economie locali. Dovrebbe quindi essere completamente integrato con lo sviluppo economico locale e contribuire positivamente allo stesso.

8. Tutte le opzioni per lo sviluppo turistico devono servire effettivamente per migliorare la qualità della vita della gente e devono produrre effetti e interrelazioni positive per quanto riguarda l'identità socio-culturale.

9. Governi e autorità dovranno promuovere azioni per integrare la pianificazione del turismo con le organizzazioni non governative che si occupano dell'ambiente e con le comunità locali per ottenere uno sviluppo sostenibile.

10. Nel riconoscere l'obiettivo della coesione economica e sociale tra i popoli del mondo come principio fondamentale per uno sviluppo sostenibile, è urgente che si sviluppino misure per permettere una più equa distribuzione dei benefici e dei danni prodotti

dal turismo. Ciò implica un cambio nei modelli consumistici e l'introduzione di tariffe ecologicamente corrette. I governi e le organizzazioni multilaterali sono chiamate ad abbandonare la politica dei sussidi, che hanno effetti negativi sull'ambiente, e sono inoltre chiamati a studiare l'applicazione di strumenti economici internazionali in armonia tra loro per assicurare un uso sostenibile di tutte le risorse.

11. Gli spazi ambientalmente e culturalmente vulnerabili, ora e in futuro, dovranno avere una priorità particolare nella cooperazione tecnica e negli aiuti finanziari per uno sviluppo del turismo sostenibile. Allo stesso modo, un trattamento speciale dovrebbe essere riservato alle aree degradate da modelli turistici obsoleti e ad alto impatto ambientale. Il turismo dovrebbe essere ripartito in un periodo di tempo meno concentrato nell'anno. E' inoltre necessario esaminare più a fondo l'utilità degli strumenti economici a livello regionale/locale, con un riguardo particolare a un uso sostenibile di tutte le risorse. Deve essere inoltre sviluppata l'efficacia degli strumenti legali.

12. La promozione di forme alternative di turismo che siano compatibili con i principi di sviluppo sostenibile e il sostegno alla diversificazione aiutano a garantire la sostenibilità nel medio e lungo termine. A questo proposito, c'è la necessità per numerose piccole isole e zone ambientali particolarmente fragili di stimolare attivamente e rafforzare la cooperazione regionale.

13. I governi, le autorità e le ONG che si occupano attivamente di turismo e ambiente promuoveranno e parteciperanno alla creazione di reti aperte per l'informazione, la ricerca, la diffusione e il trasferimento di un turismo appropriato, di una conoscenza ambientale sul turismo e di tecnologie ambientalmente sostenibili.

14. C'è la necessità di sostenere e promuovere con vigore studi di fattibilità, lavori in campo scientifico, l'avvio di progetti turistici sperimentali nell'ambito dello sviluppo sostenibile, lo sviluppo di programmi nel campo della cooperazione internazionale e l'introduzione di sistemi di gestione ambientale.

15. Autorità e associazioni responsabili dello sviluppo turistico e ONG ambientaliste tracceranno le linee guida per uno sviluppo del turismo sostenibile e avvieranno programmi per l'implementazione di tali linee; valuteranno la realizzazione di tali programmi, redigeranno rapporti sui risultati e si impegneranno nello scambio delle esperienze. Attenzione dovrebbe essere prestata al ruolo e agli effetti ambientali dei trasporti nel turismo e dovrebbero essere individuati e sviluppati strumenti economici per ridurre l'uso di energie non rinnovabili.

17. Perché il turismo diventi sostenibile è fondamentale che i principali protagonisti del settore, ed in particolare le imprese coinvolte, adottino rispettivamente e diano attuazione a codici di comportamento che indirizzino verso uno sviluppo sostenibile. Tali codici costituiscono strumenti efficaci per lo sviluppo di attività turistiche responsabili.

18. Tutte le misure necessarie dovrebbero essere attuate per sensibilizzare e informare tutte le parti coinvolte nell'industria del turismo, locali, nazionali o internazionali, sul contenuto e sugli obiettivi della Conferenza di Lanzarote e sull'attuazione delle misure contenute nel Piano di Azione.

LA SOSTENIBILITA'

Sostenibilità ambientale:

- Modelli di produzione e consumo più ecologici lungo tutta la catena turistica
- Gestione e conservazione sostenibili delle risorse naturali destinate ad impianti e attività turistiche

Sostenibilità sociale ed etica:

- Coesione sociale e giustizia sociale
- Turismo per tutti
- Turismo di qualità; buon rapporto qualità-costi e rispetto degli interessi dei turisti
- Contributo allo sviluppo dell'umanità (pace, conoscenze, istruzione)
- Rispetto e comportamento etico verso la popolazione e gli individui confrontati al turismo

Il prodotto turistico può essere considerato un insieme di fattori ambientali e strumentali; in questo caso ci si riferisce al prodotto inteso come "area turistica" [...]

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 35 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

LA STRATEGIA PER VINCERE LA SFIDA DEL TERZO MILLENNIO: SPECIALIZZAZIONE IN SALUTE E BENESSERE

Specializzazione per il benessere. Questa è la strategia delle Terme di Abano Montegrotto per affrontare il mercato del terzo millennio e rispondere alla domanda, in crescita, di clienti maturi, esigenti, informati, che tengono alla propria salute - intesa come stato di benessere fisico e mentale - e considerano un valore aggiunto le cure naturali. Il binomio salute-benessere si impone dunque come driver del piano di riqualificazione e valorizzazione del bacino termale di Abano Montegrotto, la più grande stazione termale d'Europa. Una realtà unica, in grado di associare trattamenti specifici a esperienze di relax, cultura e sport e di integrare le ricchezze del territorio all'assoluta qualità del prodotto termale, grazie all'unico fango la cui efficacia terapeutica è garantita da un brevetto europeo.

Gli elementi che hanno guidato la scelta delle Terme di Abano e Montegrotto verso il posizionamento "specialisti per il benessere" provengono da un'attenta analisi dell'evoluzione socio-demografica a livello nazionale ed europeo, dall'osservazione dei trend di mercato e da una riflessione sul ruolo del termalismo nel terzo millennio.

Il progressivo aumento dell'attesa di vita, oggi concettualmente si lega alla qualità della vita stessa, attraverso il mantenimento di adeguati stili di vita che trovano nel termalismo la loro espressione massima. Tali elementi disegnano uno spazio di mercato in crescita per il termalismo, una delle più antiche forme di terapia dell'Occidente, che lo vede svolgere un ruolo sempre più determinante nella promozione e conservazione del benessere.

La volontà delle Terme di Abano e Montegrotto è di mantenere la leadership nel settore specifico, in cui il termalismo evolve da una concezione puramente terapeutica a una orientata al benessere e ai corretti stili di vita. Tale evoluzione deve essere sostenuta e governata attraverso l'innovazione e il controllo di qualità. E' in questo senso che le Terme di Abano e Montegrotto, a partire dall'unicità del prodotto termale euganeo grazie all'investimento in innovazione, informazione e certificazione di qualità si candidano a essere la "destinazione salute-benessere" per eccellenza del terzo millennio.

Consorzio Terme Euganee **27-09-2010**

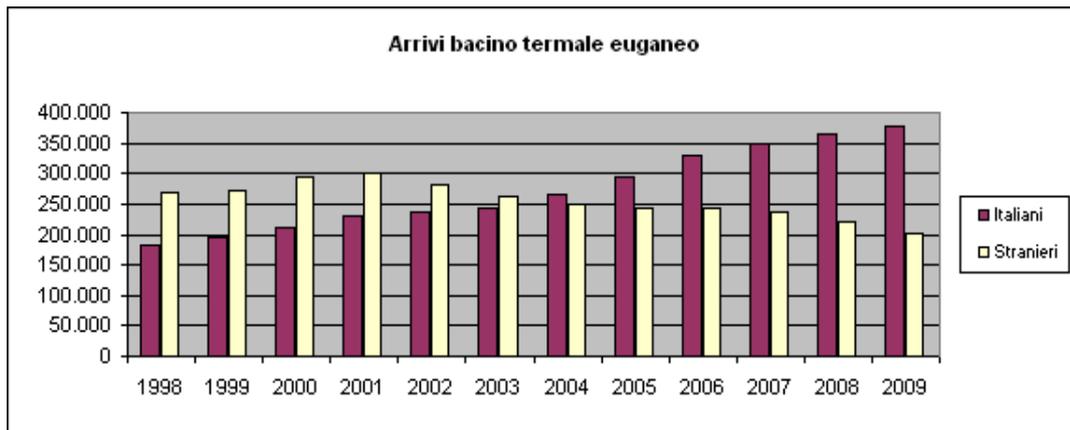
Tabella delle presenze annue:

anno	Abano Terme	Stazione termale della Toscana
1998	3.345.542	3.254.786
1999	3.455.705	3.245.793
2000	3.524.969	3.291.644
2001	3.605.042	3.320.991
2002	3.422.015	3.374.521
2003	3.254.465	3.359.863
2004	3.199.247	3.386.544
2005	3.142.465	3.400.965
2006	3.147.806	3.452.237
2007	3.127.813	3.498.956
2008	3.015.547	3.492.236
2009	2.954.724	3.487.689

Quaderno statistico 2009 Azienda turismo

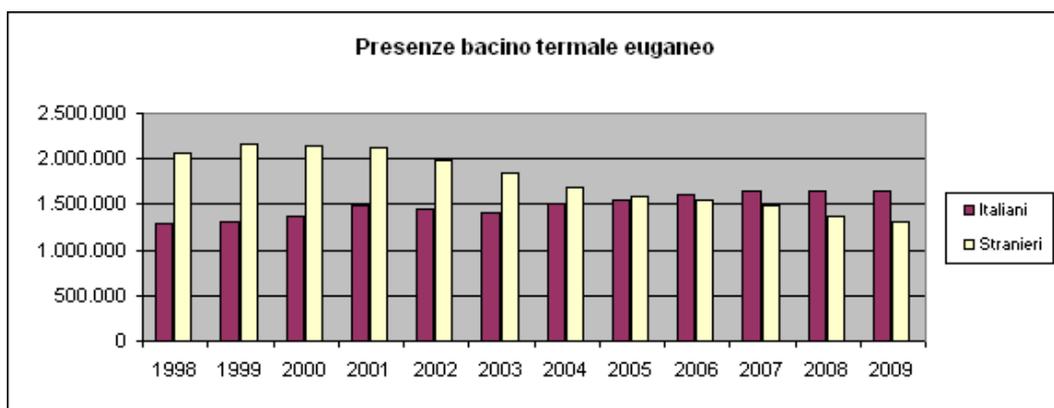
Padova Terme Euganee

Arrivi	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Italiani	182.959	196.203	209.985	230.468	237.179	244.263	265.593	294.094	331.129	349.097	363.218	376.819
Stranieri	269.401	272.849	294.644	301.834	281.977	261.818	250.605	244.349	244.356	235.216	221.042	201.578
TOTALE	452.360	469.052	504.629	532.302	519.156	506.081	516.198	538.443	575.485	584.313	584.260	578.397



Quaderno statistico 2009 Azienda turismo Padova-Terme Euganee

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1.286.630	1.299.726	1.377.645	1.482.889	1.444.945	1.414.741	1.515.756	1.552.422	1.605.557	1.645.902	1.641.784	1.650.412
2.058.912	2.155.979	2.147.324	2.122.153	1.977.070	1.839.724	1.683.491	1.590.043	1.542.249	1.481.911	1.373.763	1.304.312
3.347.540	3.457.704	3.526.969	3.607.043	3.424.017	3.256.468	3.201.251	3.144.470	3.149.812	3.129.820	3.017.555	2.956.733



Suddivisione dei flussi turistici di Abano Terme

ARRIVI

Italiani	% su	Stranieri	% su	Totale	% su	Italiani	% su	gg	Stranieri	% su	gg	Totale
	2008		2008		2008		2008			2008		
27.672		16.982		44.654		94.073		3,4	110.324		6,5	204.397
26.982	2,56%	17.996	-5,63%	44.978	-0,72%	98.464	-4,46%	3,65	116.759	5,51%	6,5	215.223
105.185		60.001		165.186		415.087		3,95	365.903		6,1	780.990
95.989	9,58%	70.078	-14,38%	166.067	-0,53%	401.497	3,38%	4,18	390.031	6,19%	5,6	791.528
94.850		29.176		124.026		553.164		5,83	193.993		6,6	747.157
87.561	8,32%	28.920	0,89%	116.481	6,48%	522.570	5,85%	5,97	197.917	1,98%	6,8	720.487
2.970		315		3.285		23.492		7,91	2.546		8,1	26.038
4.889	-39,25%	386	-18,39%	5.275	-37,73%	33.597	-30,08%	6,87	2.396	6,26%	6,2	35.993
2.866		589		3.455		7.654		2,67	1.397		2,4	9.051
3.298	-13,10%	625	-5,76%	3.923	-11,93%	10.126	-24,41%	3,07	1.598	12,58%	2,6	11.724
233.543	6,78%	107.063	-9,27%	340.606	1,15%	1.093.470	2,55%	4,68	674.163	4,87%	6,3	1.767.633
218.719		118.005		336.724		1.066.254		4,87	708.701		6	1.774.955

OCCUPAZIONE 2004-2010 HOTEL ASTRA					massima occupazione	13750
ANNI	ITALIANI	STRANIERI	TOT.	%	età media ita.	età media stranieri
2009	2138	4812	6950	50,5%	41	53
2008	2142	4986	7128	51,8%	42	54
2007	2195	5192	7387	53,7%	43	56
2006	2208	5576	7784	56,6%	45	57
2005	2430	5663	8093	58,9%	48	57
2004	2438	5702	8140	59,2%	51	59

ECOLABEL: cos'è?

È il marchio europeo di certificazione ambientale per prodotti e servizi, nato nel 1992 con il Regolamento europeo n. 880/92

Marchio: una margherita



Obiettivo: promuovere prodotti/servizi che durante l'intero ciclo di vita presentino un minore impatto ambientale, orientando i consumatori verso scelte di consumo sostenibili.



Caratteristiche dell'ECOLABEL

1. Dimensione europea
2. Volontarietà
3. Selettività
4. Gruppi di prodotto
5. **Criteri:** identificati dalla Commissione Europea devono essere rispettati per l'assegnazione del marchio.

Per ogni tipologia di prodotto

Individuazione di tutti gli impatti ambientali

Estrazione delle materie prime, produzione, fine vita del prodotto



Criteri di assegnazione dei servizi ricettivi (hotel, campeggi, villaggi turistici...)

Finalità dei criteri

limitare i principali impatti ambientali connessi con le tre fasi del ciclo di vita del servizio:

Acquisto - Erogazione del servizio - Produzione rifiuti

Obiettivi:

1. Limitare il consumo energetico
2. Limitare il consumo idrico
3. Limitare la produzione di rifiuti
4. Favorire l'utilizzo di fonti rinnovabili e di sostanze che risultino meno pericolose per l'ambiente
5. Promuovere la comunicazione e l'educazione ambientale



Criteri di assegnazione

I criteri si suddividono in:

OBBLIGATORI (37)

FACOLTATIVI (47)

Devono essere rispettati, se applicabili

La struttura può scegliere quali rispettare.

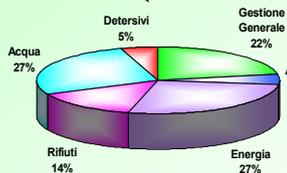
Unico vincolo: raggiungere punteggio minimo di 16,5

+ 1 pt per ogni servizio supplementare:

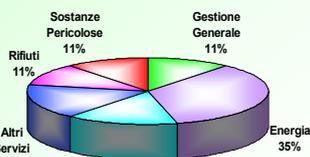
- o Ristorazione (compreso servizio prima colazione)
- o Fitness (incluso sauna, piscine e analoghi nel perimetro della struttura)
- o Spazi verdi (parchi e giardini accessibili agli ospiti)

Criteri di assegnazione

obbligatori



e facoltativi



Criteri obbligatori (esempi)

Energia

Criterio: Elettricità da fonti rinnovabili

Almeno il 22% dell'energia elettrica da fonti rinnovabili (solo se l'offerta del mercato energetico lo consente).

Verifica: dichiarazione (o contratto) della società di approvvigionamento elettrico che attesti il tipo di fonte e la percentuale di energia elettrica.

N.B. - Per fonti energetiche rinnovabili si intendono: eolica, solare, geotermica, del moto ondoso, maremotrice, idraulica, biomassa, gas di discarica, gas residuati dai processi di depurazione e biogas.



Criteri obbligatori (esempi)

Acqua

Criterio: Cambio asciugamani e lenzuola

Gli ospiti devono essere informati sulla politica ambientale della struttura ricettiva, che prevede il cambio di asciugamani e lenzuola su richiesta degli ospiti o automaticamente una volta alla settimana per le strutture di categorie più basse e due volte alla settimana per le strutture di categorie superiori.

Verifica: il richiedente deve presentare una dichiarazione di conformità a questo criterio e la documentazione attestante le modalità di informazione degli ospiti.



Criteri obbligatori (esempi)

Detersivi e disinfettanti

Criterio: Formazione del personale

Il personale viene istruito a non utilizzare quantità di detersivi e disinfettanti superiori alle dosi indicate sull'imballaggio dei prodotti.

Verifica: il richiedente deve presentare una dichiarazione di conformità a questo criterio e informazioni dettagliate sulla formazione effettuata.



Criteri facoltativi maggiormente adottati

- ★ Il posizionamento dei frigoriferi, che riduca lo spreco di energia (ad esempio dislocandoli in luoghi lontani da fonti di calore);
- ★ Riduzione del flusso di acqua dai rubinetti, in quanto facilmente raggiungibile attraverso l'intervento di un tecnico idraulico;
- ★ Eliminazione delle bibite in lattina;
- ★ Eliminazione delle monoporzioni, sostituendole con colazione a buffet, anche attraverso l'utilizzo di interessanti soluzioni tecniche di presentazione e offerta all'ospite;
- ★ Biciclette a disposizione degli ospiti;
- ★ Questionario ambientale per gli ospiti;
- ★ Stanze dedicate a non fumatori, che consente di offrire un servizio migliore agli ospiti non fumatori.



Criticità emerse

1. Gestione del personale interno:

- ★ Organico numeroso e/o stagionale
- ★ Formazione del personale di servizio: superare le abitudini; necessità di azioni formative molto specifiche e ad elevata frequenza per sopperire all'elevato turn over, legato in particolare al personale stagionale.
- ★ Non sempre, inoltre, è facile coinvolgere tutto il personale interessato e rendere condivise le scelte operate dalla direzione.

2. Monodose da bagno:

- ★ Nella maggior parte delle strutture sono considerate un valore aggiunto del servizio.
- ★ Eliminazione vista spesso come una riduzione della qualità del servizio, anche alla luce del fatto che normalmente il cliente le percepisce come un "ricordo" dell'albergo.
- ★ Possibile soluzione: offrire ai clienti un ricordo omaggio alternativo alle monodose, in modo da favorire il passaggio ai dispenser nelle stanze.



Criticità emerse

3. Acquisto prodotti Ecolabel/biologici/tipici locali:

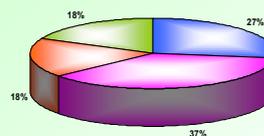
- ★ L'interesse molto alto nella maggior parte delle strutture.
- ★ Difficoltà nell'approvvigionamento dai fornitori: domanda troppo bassa, rendendone difficoltoso il reperimento.
- ★ Possibile soluzione: creare dei gruppi di acquisto che aumentino la domanda di prodotti a marchio Ecolabel (detersivi, carta, ecc.) e prodotti tipici locali o biologici.

4. Ristrutturazioni:

- ★ Per alcune strutture, in particolare quelle con edifici più datati, la soddisfazione di parte dei criteri Ecolabel è in funzione di un'attività di ristrutturazione che comporta investimenti anche ingenti, e che può essere realizzata solo nel medio-lungo periodo.
- ★ Nel caso di edifici storici, le eventuali ristrutturazioni necessarie devono essere autorizzate dalla sovrintendenza ai beni culturali, rendendo più complicato, o comunque più lungo, l'iter di realizzazione.



Costi medi di investimento per l'ottenimento del marchio



Fascia bassa: sotto i 5.000€

Fascia media: da 5.000€

Fascia alta: da 10.000 a 15.000€

Fuori fascia: oltre i 15.000€



STEP B1

Competenze mirate:

- Comunicazione nella madrelingua e in L2
- Comprendere i testi in L1 e la loro specificità (scopi, tipologia, lessico); esaminare e comprendere testi continui e non continui, capire le relazioni interne e il senso; produrre testi corretti e chiari di tipo argomentativo

NB. Le informazioni dello step B sono funzionali allo step C

TESTO N.° 1

[...] L'indomani Pereira si svegliò alle sei. Sostiene che prese un caffè semplice, insistendo per averlo perché il servizio in camera cominciava solo alle sette, e fece una passeggiata nel parco. Anche le terme aprivano alle sette, e alle sette in punto Pereira era davanti ai cancelli. Silva non c'era, il direttore non c'era, non c'era praticamente nessuno e Pereira si sentì sollevato, sostiene. Per prima cosa bevve due bicchieri d'acqua che sapeva di uova marce e provò una vaga nausea e un rimescolamento nell'intestino. Avrebbe desiderato una bella limonata fresca, perché nonostante l'ora mattutina faceva un certo caldo, ma pensò che non poteva mescolare acqua termale e limonata. Allora si recò alle installazioni termali dove lo fecero spogliare e indossare un accappatoio bianco. Vuole bagni di fango o inalazioni? gli chiese l'impiegata. Tutte e due, rispose Pereira. Lo fecero accomodare in una stanza dove c'era una vasca da bagno di marmo piena di un liquido marrone. Pereira si tolse l'accappatoio e vi si immerse. Il fango era tiepido e dava una sensazione di benessere. A un certo punto entrò un inserviente e gli chiese dove doveva massaggiarlo. Pereira rispose che non voleva massaggi, voleva solo il bagno, e desiderava di essere lasciato in pace. Uscì dalla vasca, fece una doccia fresca, indossò di nuovo il suo accappatoio e passo nelle saie vicine, dove c'è erano i geni ai vapori per le inalazioni. Davanti a ogni getto stavano sedute delle persone, con i gomiti appoggiati sul marmo, che respiravano i flussi di aria calda. Pereira trovò un posto libero e si accomodò. Respirò a fondo per qualche minuto e si immerse nei suoi pensieri.

[...] Alle otto, puntualissimo, il dottor Cardoso era seduto al tavolo della sala ristorante. Anche Pereira arrivò puntuale, sostiene, e si diresse al tavolo. Aveva indossato il suo abito grigio e si era messo la cravatta nera. Quando entrò nella sala si guardò intorno. I presenti potevano essere una cinquantina, e erano tutti anziani. Più vecchi di lui, senz'altro, per la maggior parte vecchie coppie di coniugi che cenavano allo stesso tavolo. Questo lo fece sentire meglio, sostiene, perché pensò che in fondo era uno dei più giovani, e gli fece piacere non essere poi così vecchio. Il dottor Cardoso gli sorrise e fece l'atto di alzarsi. Pereira lo fece restare comodo con un cenno della mano. Bene, dottor Cardoso, disse Pereira, anche per questa cena sono nelle sue mani. Un bicchiere di acqua minerale a digiuno è sempre una buona regola igienica, disse il dottor Cardoso. Gassata, chiese Pereira. Gassata, concesse il dottor Cardoso, e gli riempì il bicchiere. Pereira la bevve con un leggero senso di repulsione e desiderò una limonata [...]

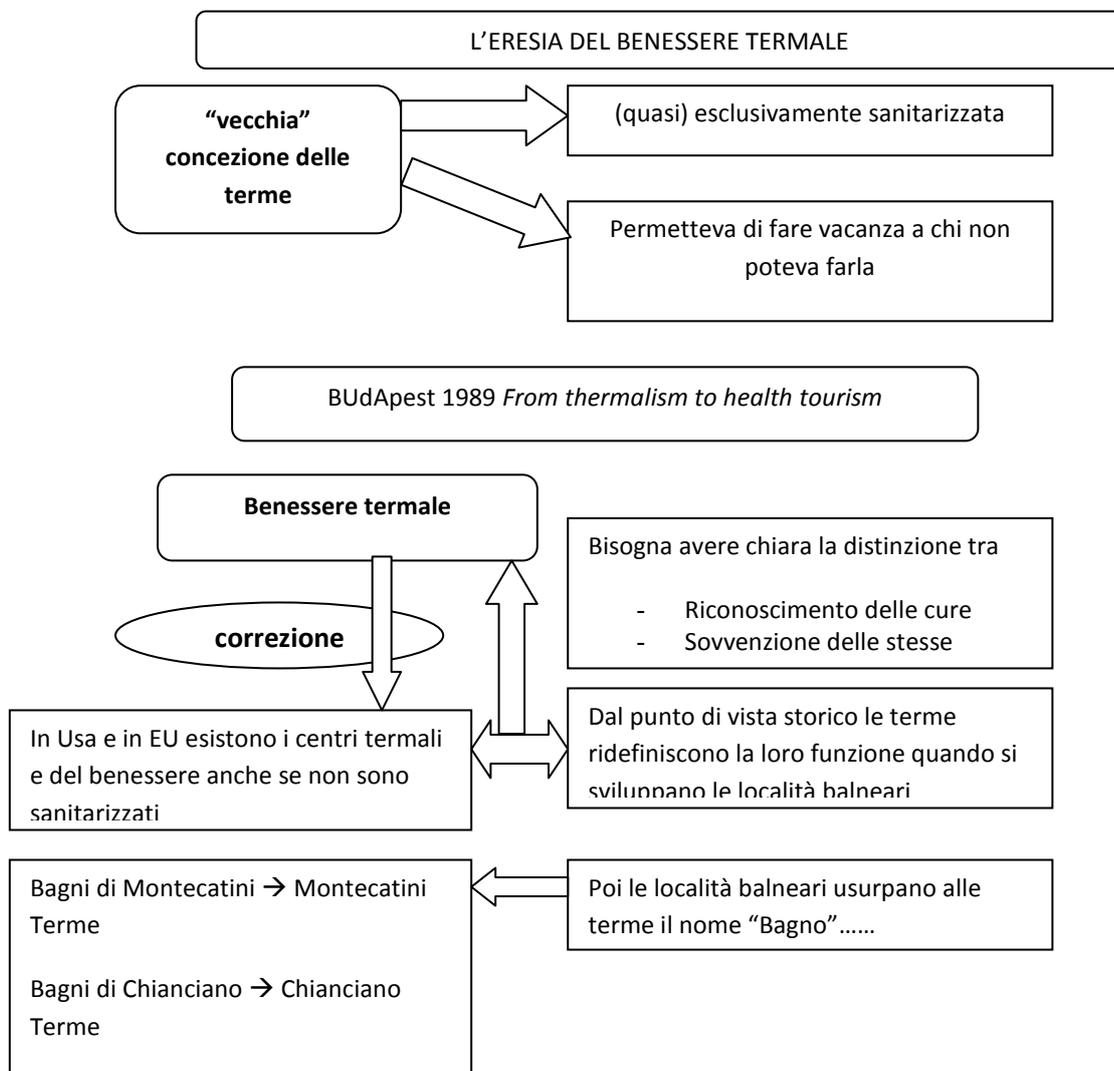
Da **ANTONIO TABUCCHI**, *Sostiene Pereira*, ed. Feltrinelli

TESTO N.° 2

Nella terza edizione del Rapporto sul turismo italiano (anno 1988) fu presentato un capitolo dal titolo *Dal turismo termale al turismo della salute*, replicato ed ampliato al convegno di BUDAPEST dell'AIEST del 1989 con il titolo *From thermalism to health tourism*. Queste due pubblicazioni, che proponevano l'integrazione fra terme e benessere e la concezione di benessere termale come valore aggiunto, determinarono una serie di reazioni negative sintetizzabili nell'accusa di eresia, in particolare anche da parte dei gestori delle terme locali. [...] Come indicato in un articolo di Emilio Becheri ne *Il sole 24 ore* dell'ottobre 1995 (*Da fuori a dentro il mercato*), la gestione dell'attività termale era completamente fuori dal mercato; erano istituzioni che si aggiungevano e talvolta si contrapponevano ad altre e come tali non soggette alle regole del mercato. L'appartenenza e l'identificazione con il Servizio Sanitario Nazionale portavano ad escludere qualsiasi forma di marketing anche perché dal SSN era proibita qualsiasi forma di pubblicità; allo stesso modo la gran parte delle entrate era determinata dai contributi dello stesso SSN, per cui questa era la principale voce di entrata che si voleva preservare [...]

TESTO NON CONTINUO N.° 3

L'“ERESIA” DEL BENESSERE TERMALE



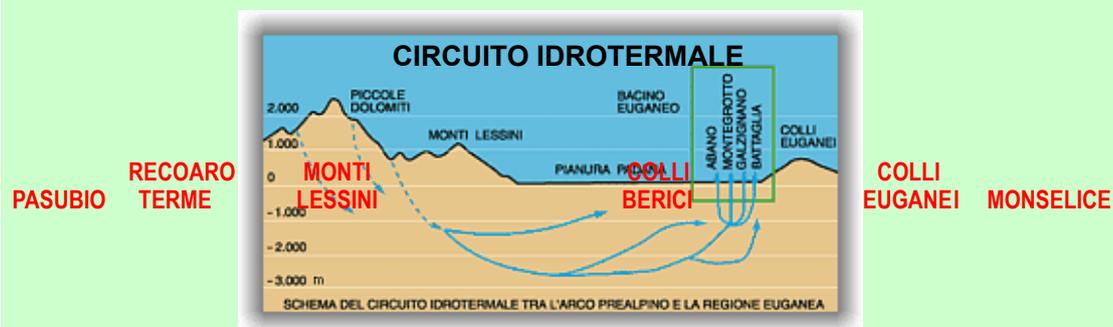
CONSEGNE

Lo schema mostra le due concezioni delle terme; utilizza obbligatoriamente le informazioni dello schema e dei testi precedenti per costruire un testo di 350 parole max che deve contenere in modo chiaro e preciso:

1. la vecchia e la nuova concezione delle terme;
2. il significato di “eresia” del benessere termale;
3. le motivazioni e le necessità che hanno portato ad una nuova concezione delle terme;
4. le specifiche trasformazioni che hanno subito le terme, quando e dove.

TESTO NON CONTINUO N.° 4

ORIGINE DEL TERMALISMO



ZONA DI ALIMENTAZIONE

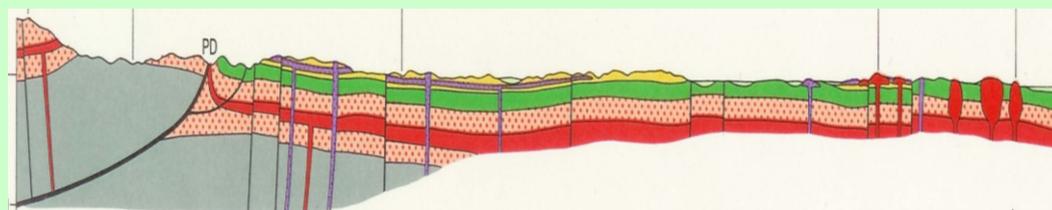
Piccole Dolomiti

Profondità raggiunta 3000- 4000 m

ZONA DI RISALITA

Bacino Euganeo

Particolari condizioni strutturali



TESTO N.°5

“La discesa dell'acqua all'interno del terreno o della roccia permeabile continua fino al momento in cui vi trova uno strato di argilla o di roccia compatta non permeabile frutto di antiche eruzioni vulcaniche. Può capitare che a profondità relativamente limitate, le falde acquifere raggiungano una zona in cui l'azione riscaldante dell'astenosfera, o meglio di una corrente più calda di essa, abbia fatto in modo di sciogliere parte della crosta terrestre provocando una specie di canale caldo situato in direzione della superficie. In queste condizioni l'acqua si riscalda fortemente, ma a causa delle forti pressioni cui è sottoposta non si trasforma immediatamente in vapore, ma mantiene le sue originarie caratteristiche di liquidità. Se la temperatura della roccia che ha raggiunto la falda freatica è limitata, la pressione derivante è minore e la sorgente diventa termale.

Le acque termali si diversificano per la diversa composizione chimica. In esse sono disciolti sali minerali aventi proprietà terapeutiche, spesso hanno contenuti sulfurei, da ciò il caratteristico odore di uova marce. In altri casi le acque termali hanno addirittura la caratteristica di una relativa radioattività. Accade quando nell'acqua vi è disciolta una piccola quantità di Radon, il famoso gas radioattivo molto diffuso”.

Dal sito www.fesn.org

[...] “i rilievi dei Colli euganei sono dei coni vulcanici”. Dall'*Atlante delle sorgenti del Veneto*

CONSEGNA

Utilizza i documenti a disposizione per elaborare un testo in cui spieghi l'origine dei fenomeni termali. Il testo deve contenere:

1. le cause del riscaldamento dell'acqua
2. le diverse caratteristiche delle acque termali
3. gli effetti terapeutici
4. l'origine del circuito idrogeologico da un punto di vista geografico.

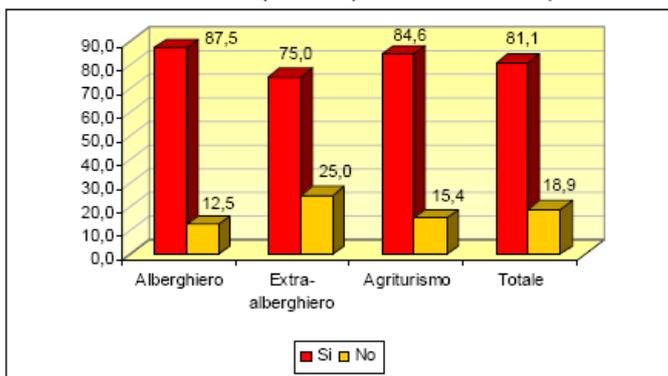
IL TURISMO SOSTENIBILE

Doc.1

[.....]“il vecchio dilemma tra ambiente e profitto, fino a qualche anno fa considerato insuperabile, si pone oggi in modo del tutto diverso. Infatti, comincia ad affermarsi la consapevolezza che la possibilità di sviluppare il business nel settore sia strettamente legata al mantenimento delle risorse su cui si basa, non a caso molti operatori turistici manifestano una maggiore sensibilità per l'ambiente”[...]

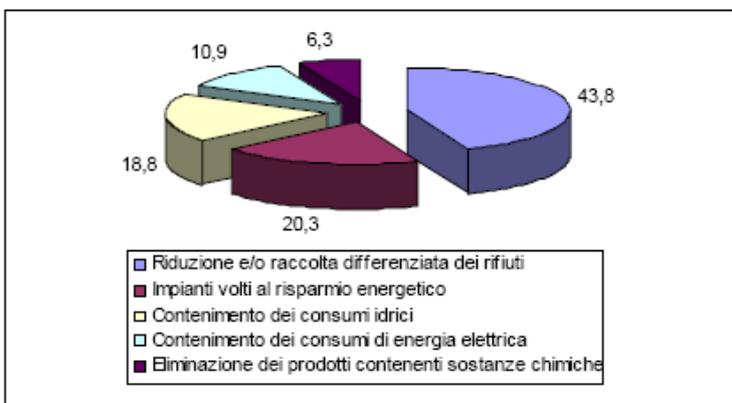
Doc.2

La diffusione delle pratiche produttive eco-compatibili



Doc.3

Pratiche e sistemi di tutela ambientale



Doc.4

Come nasce?

La Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS) rientra nelle priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'**Agenda 21**, adottate durante il **Summit della Terra a Rio** nel 1992 e dal 5° programma comunitario di azioni per lo sviluppo sostenibile. Fa parte delle priorità del programma di azioni "parks for life" dell'Unione Mondiale per la Conservazione della Natura (UICN).

Si conforma ai principi enunciati dalla Carta Mondiale del turismo sostenibile, elaborata a Lanzarote nel 1999.

Doc.5

Ecolabel, l'etichetta ecologica – Il sistema Ecolabel, istituito con Regolamento CEE 880/92 ed esteso anche ai servizi dal Regolamento CEE n.1980 del 2000, è uno strumento di politica ambientale a carattere volontario per incentivare la presenza sul mercato di prodotti "puliti". L'etichetta ecologica, contraddistinta dal marchio del "fiore ecologico europeo", attesta che il prodotto ha un ridotto impatto ambientale nell'intero suo ciclo di vita, dando ai consumatori un'informazione immediata sulla sua conformità.

Il marchio Ecolabel è stato esteso ai servizi di ricettività turistica con Decisione CE 2003/235 del 14 aprile 2003, inclusa l'erogazione di servizi quali ristorazione, attività di fitness e/o spazi verdi. L'Ecolabel Europeo è il modo migliore per comunicare agli ospiti i propri sforzi nell'attuazione di misure per la protezione dell'ambiente e per il miglioramento della qualità. Anche se l'acquisizione del marchio richiede sforzi e tempo, Ecolabel assicura alla struttura che lo detiene un valore aggiunto, sia in termini ambientali che economici, permettendo l'attuazione di misure correttive, innovative e di risparmio delle risorse

Consegne

1. Che cosa si intende per turismo sostenibile?
2. Illustra gli effetti sull'ambiente delle attività turistiche sull'ecosistema del Veneto.
3. Perché queste pratiche eco-compatibili vanno a vantaggio del profitto, della società e dell'ambiente?

STEP B1

N.B.: SCEGLIERE ESCLUSIVAMENTE UNA E UNA SOLA SOLA LINGUA STRANIERA

Destination Spa

A destination Spa is a short term residential/lodging facility with the primary purpose of providing individual services for spa-goers to develop healthy habits. Historically many such spas were developed at the location of natural hot springs or sources of mineral waters. Typically over a seven-day stay, such facilities provide a comprehensive program that includes spa services, physical fitness activities, wellness education, healthy cuisine and special interest programming. Some destination spas offer an all-inclusive program that includes facilitated fitness classes, healthy cuisine, educational classes and seminars as well as similar services to a beauty salon or a day spa. Guests reside and participate in the program at a destination spa instead of just visiting for a treatment or pure vacation. Some destination spas are in exotic locations or in spa towns.

A spa town (also called a bathing-place or simply a spa) is a town situated around a mineral spa (a developed mineral spring). Patrons resorted to spas to "take the waters" for their purported health benefits. The word comes from the Belgian town Spa. In continental Europe a spa was known as a *ville d'eau* (town of water). The term *spa* is used for towns or resorts offering hydrotherapy which can include cold water or mineral water treatments and hot thermal baths. A day spa is a business establishment which people visit for professionally administered personal care treatments such as massages and facials. It is similar to a beauty salon in that it is only visited for the duration of the treatment. Day spas sited in airport terminals are often called airport spas, which also offer services for hair and nails. In contrast, a destination spa offers the same services in a hotel setting where people reside for a day or more.

Resort spas are generally located in resorts and offer similar services via rooms with services, meals, body treatments and fitness a la carte. A resort is a place used for relaxation or recreation, attracting visitors for holidays or vacations. Resorts are places, towns or sometimes commercial establishment operated by a single company. Such a self-contained resort attempts to provide for most of a vacationer's wants while remaining on the premises, such as food, drink, lodging, sports, entertainment, and shopping. The term "resort" may also used to identify a hotel property that provides an array of amenities and typically includes entertainment and recreational activities. A hotel is frequently a central feature of a resort and it is not merely a commercial establishment operated by a single company, although in the late twentieth century this sort of facility became more common. Towns that contain resorts—where tourism or vacationing is a major part of the local activity—are often called resort towns.

Questions:

- 1.Explain how guests are encouraged to develop healthy habits in destination spas.
- 2.Why was a spa known as a *ville d'eau* in continental Europe ?
- 3.What's the main difference between a SPA-town, destination SPAS and a day-SPA?
- 4.Where does the word SPA come from?
5. Why can resort spas be defined as self-contained ?

Per l'eccellenza: summarize the content of the article in max. 100 words .

Thermalisme, SPA, cure thermale

Le thermalisme est l'utilisation thérapeutique des propriétés de certaines eaux minérales pour guérir ou soulager des personnes souffrant d'affections diverses. C'est une activité très médicalisée visant à soigner ou soulager des personnes plus ou moins lourdement malades. De ce fait, une cure thermale peut être prise en charge par la Sécurité sociale si elle est prescrite par un médecin et fait l'objet d'une entente préalable avec la Caisse d'Assurance Maladie. Le mot SPA est la contraction de « sanitas per aqua ». Cette expression, qui signifie « la santé par l'eau », fut la devise des sujets de César Le **thermalisme** se définit donc comme l'ensemble des moyens médicaux, sociaux, sanitaires, administratifs, et d'accueil, mis en œuvre pour l'utilisation à des fins thérapeutiques d'agents naturels que sont les **eaux minérales** et **eaux thermales**, les **gaz thermaux**, et les **boues thermales**. Il recouvre l'ensemble des activités se rapportant à la **thérapeutique thermale**, ou **crénothérapie**. Aujourd'hui, le mot de SPA désigne indifféremment:

- les centres de remise en forme, souvent urbains et haut de gamme, où les soins cosmétiques sont à la carte. Ces soins n'ont aucun caractère médical ou paramédical contrairement à ceux que l'on retrouve en thalassothérapie et en cures thermales;
- les bains à remous, plus connus sous le nom de jacuzzi, du nom de l'inventeur la première baignoire à remous en 1968;
- la cure thermale conventionnée, qui est l'ensemble des moyens thérapeutiques mis en œuvre pendant le séjour d'un malade dans une **station thermale**. La cure thermale est un acte médical qui doit être prescrit et suivi par un médecin. A ce titre la **cure thermale conventionnée** donne lieu à une **prise en charge par les organismes sociaux**, pour une durée de 18 jours de soins obligatoires;
- la cure thermale libre à caractère **thérapeutique ou préventif**, dont le suivi doit nécessairement être assuré par un médecin thermal de la station, avec au minimum un entretien médical à l'arrivée pour les séjours de courte durée. Elle ne donne pas lieu à une prescription médicale préalable et n'est pas prise en charge par les organismes sociaux. Les soins sont dispensés dans l'établissement thermal et régis par les réglementations propres à l'activité thermal;
- les courts séjours thermaux effectués avec suivi médical, correspondent à des cures thermales libres d'une durée inférieure à 18 jours de soins. Il s'agit de **séjours de confort**, non pris en charge par les organismes sociaux, qui s'inscrivent dans une approche volontaire de **prévention ou d'entretien de la santé**.

Questions:

C'est quoi le thermalisme?

Pourquoi a-t-on choisi le nom SPA pour définir les soins thermaux?

Quelle est la différence entre thermalisme et remise en forme?

Expliquez l'expression "haut de gamme".

Mettez en relief la différence entre cure thermale conventionnée et libre.

Per l'eccellenza: donnez votre opinion sur l'importance du tourisme thermal.

Spa-Kategorie

Der Name leitet sich vom belgischen Badeort Spa ab. Britische Touristen besuchten Spa seit dem 16. Jahrhundert, und der Name des Heilbads verbreitete sich (seit dem 17. Jahrhundert) zunächst auf den Britischen Inseln als Bezeichnung für jegliche Art von Mineralquelle.

Die oftmals zu lesende Behauptung, „Spa“ sei eine Abkürzung für lateinisch Sanitas Per Aquam („Gesundheit durch Wasser“), ist lediglich der Versuch eines historisierenden Backronymes, da eine solche Wortverbindung aus grammatischen Gründen im Latein nicht existiert haben kann. Spa steht für Einrichtungen (Wellnesshotels, Beautyfarmen usw.), die den Einklang und die Harmonie von Körper, Geist und Seele anstreben. Zum Angebot gehören neben Fitness- und Ernährungsprogrammen, Körper- und Gesichtsbearbeitungen auch Regenerationsprogramme.

Zu einem Spa gehören z. B.

eine Saunalandschaft (zum Beispiel mit klassischer finnischer Sauna, Dampfbad, Biosauna, Eisgrotte),

Bäder (z. B. Hallenbad, Außenbecken, Whirlpool, Solegrotte, Schwefelbad)

ein Fitnessbereich (Ausdauer- und Krafttraining, Gymnastikraum usw.)

ein Bereich für klassische Anwendungen, wie Massagen, Wannenbäder (Whirlwanne, Moorbad u.a.), Gesichts- und Fußpflegebehandlungen, sowie

Entspannungszonen mit Liegeflächen, Meditationzonen etc.

Je nach Spa-Kategorie kann ein Ernährungskonzept im Angebot sein. Spas gibt es in verschiedenen Kategorien, etwa als Day Spa, Hotel-Spa, Thermen-Spa, Spa-Resort, Privat-Spa. Es gibt etablierte Spa-Planer und -Architekten, die ein Spa von der ersten Idee bis hin zur Ausführungsplanung entwickeln.

Der Begriff Wellness, erstmals 1654 in einer Monografie von Sir A. Johnson als „...wealnesse“ im Oxford English Dictionary mit „gute Gesundheit“ übersetzt, steht nach modernem Verständnis für ein ganzheitliches Gesundheitskonzept und ist seit den 50er Jahren in den USA Oberbegriff einer seinerzeit neuartigen Gesundheitsbewegung.

Fragen:

1. Wovon leitet der Name SPA ab?
2. Was kann man über das Angebot sagen?
3. Warum gibt es viele SPA- Angebote?
4. Deiner Meinung nach, wer wendet sich an Spas?
5. Wellness und SPA haben verschiedene Meinungen: welche?

Per l'eccellenza: was denkst Du über Spa-Angebote?

Las termas y sus beneficios

Como tendencia de fin de siglo sigue en pie la vuelta a lo natural, por lo que cada día cobran más vigencia los tratamientos que rescatan el potencial de la naturaleza para tratar muchas enfermedades y favorecer el equilibrio general del organismo. En este sentido, las terapias con aguas termales se perfilan como una ayuda de primer orden, bien sea para mitigar los dolores del reumatismo, combatir el estrés o como gozo meramente estético.

Los baños termales tienen como origen un manantial por el que brota agua caliente durante todo el año y cuya temperatura es bastante superior a la atmosférica por provenir del subsuelo. Estas aguas contienen diversas sustancias minerales y desde siglos inmemorables se les atribuyen propiedades medicinales. Según cuentan antiguas leyendas, las propiedades medicinales de las aguas termales fueron descubiertas por animales como los osos, ciervos y jabalíes, además de aves como cisnes, grullas y garzas, que solían visitar los manantiales termales para curar sus patas o alas heridas. Es así como los humanos aprendieron a apreciar los "dones" de este regalo de la naturaleza, pues en épocas remotas no había medicamentos apropiados para atender las diferentes enfermedades, razón por la cual constituían el único remedio para dolencias tan diversas como heridas, problemas gastrointestinales, neuralgias, artritis, reumatismo y traumatismos, entre muchas otras.

Los centros de baños termales no son una novedad, ya que son ampliamente conocidos en Europa desde el siglo X e incluso desde los tiempos romanos, cuando el hombre comenzó a buscar su equilibrio en el mundo a través de elementos como el aire, el agua, la tierra y las plantas.

Los beneficios de los baños termales están relacionados con el alto contenido de minerales disueltos en las aguas sulfurosas, los barros que las acompañan y el aspecto termal. Este último puede ser aprovechado a través de las fumarolas, pues proporcionan excelentes baños de vapor, además de las piscinas de inmersión.

Los mayores beneficios se logran cuando se combina la terapia de calor en los pozos junto a baños fríos, porque de esta manera el cuerpo hace lo que se conoce como gimnasia vascular, debido a que el calor dilata los vasos sanguíneos y el frío los contrae.

Muchas personas con enfermedades de características inflamatorias se ven beneficiadas por las aguas termales, debido al proceso de depuración del organismo que se logra con esas terapias.

Todo proceso inflamatorio (como la artritis y la bursitis) genera calor interno, razón por la cual los barros termales aplicados sobre las zonas afectadas absorben el calor aliviando así el dolor. En cuanto a las dolencias de tipo muscular, las aguas termales disminuyen la rigidez y hacen más fácil la movilización del paciente, para evitar las atroñas musculares.

En cuanto a los beneficios estéticos que proporcionan las terapias termales, éstos se basan en la mencionada depuración del organismo, pues a través de la piel y las mucosas, el cuerpo expulsa toxinas, lo que redonda en mejoras notables de la textura y apariencia de la piel. De hecho, los barros son excelentes como mascarillas, incluso para casos de acné, psoriasis y diversos tipos de eritema.

Preguntas :

¿Las aguas termales pueden aliviar todos los tipos de enfermedades?

Explica los orígenes de los baños termales

¿Cuáles son los beneficios de las termas?

¿Por qué las personas con enfermedades inflamatorias se ven beneficiadas por las aguas termales?

¿Para qué se usan los barros dentro del campo dermatológico?

Pregunta opcional: (per l'eccellenza)

¿Hoy en día las termas podrían ayudar a las personas a combatir el agobio de la vida moderna?

STEP B2 - MATEMATICA

Data la seguente tabella di presenze annue:

anno	Abano Terme	Stazione termale della Toscana
1998	3.345.542	3.254.786
1999	3.455.705	3.245.793
2000	3.524.969	3.291.644
2001	3.605.042	3.320.991
2002	3.422.015	3.374.521
2003	3.254.465	3.359.863
2004	3.199.247	3.386.544
2005	3.142.465	3.400.965
2006	3.147.806	3.452.237
2007	3.127.813	3.498.956
2008	3.015.547	3.492.236
2009	2.954.724	3.487.689

- A) Utilizzando un foglio elettronico (per esempio Excel), riportare su di un unico grafico l'andamento delle presenze presso le due stazioni termali.
- B) Tramite la retta dei minimi quadrati individuare il trend e rappresentarlo in maniera opportuna in un altro grafico.
- C) Dare un'interpretazione giustificata del grafico trovato nel punto B) mettendo in evidenza lo "stato di salute" delle due stazioni termali.
- D) Calcolare una stima delle presenze nelle due località termali per il 2011 fornendo la percentuale di incremento/ decremento rispetto al 2009.

N.B.: Salvare in una cartella chiamata "Prova Esperta-Cognome Nome" (ovviamente il Cognome Nome di ciascun studente) in formato PDF.

STEP C1

Comprendere le informazioni e proporre l'ammodernamento e la ristrutturazione di un albergo termale in funzione ai cambiamenti culturali della clientela e alla sempre più diffusa sensibilità e sostenibilità ambientale, ipotizzando idonei investimenti e finanziamenti.

Alla luce dei dati a tua disposizione che evidenziano un calo delle presenze turistiche nel B.T.E. (Bacino Termale Euganeo) il candidato consideri il caso aziendale dell'albergo ASTRA** di cui viene riportata in calce la situazione patrimoniale al 31/12/2010

ASTRA HOTEL (2 stelle)**

Ubicazione: Abano Terme (Pd), sorto nel 1990

Apertura stagionale (marzo - novembre)

Gestione familiare

Titolare: sig. Padovan Aurelio (collaboratori familiari: moglie e due figli)

Dipendenti fissi: 10

N. camere: 30 (10 xb, 10xxb e 10xx),

Clientela media prevalente straniera (circa 50% di lingua tedesca, 10% francesi, 30% italiani, 10% altri)

Dotato del reparto cure per la fangoterapia e inalazioni.

L'hotel ha rilevato negli ultimi 5 anni un marcato calo nel grado di occupazione netta a causa del trend decrescente delle presenze, soprattutto straniere.

A seguito di un'attività di consulenza da parte di un esperto del settore turistico- alberghiero, la famiglia Padovan, composta dai genitori e da due figli di 25 e 33 anni, convinta che la propria struttura alberghiera sia oramai superata a livello di immagine e di servizi offerti, decide di rilanciarsi nel mercato termale con un *appeal* diverso, più accattivante, moderno, al passo con i tempi rivolgendosi a due segmenti di mercato ben precisi:

- a) la clientela italiana, mediamente più giovane rispetto a quella tradizionale, che mostra interesse per la concezione olistica² di benessere termale
- b) la clientela (soprattutto straniera) sensibile alle problematiche ambientali e all'eco-sostenibilità del mercato turistico.

Si chiede di:

- a) descrivere l'IDEA IMPRENDITORIALE della famiglia Padovan in riferimento a quanto citato in premessa
- b) definire con una certa precisione i bisogni della clientela, obiettivo alle cui esigenze si desidera far fronte con la nuova immagine derivante da un ammodernamento della struttura
- c) ipotizzare quali parti/ attività/servizi dell'albergo ristrutturare/inserire/ammodernare in funzione delle modifiche e delle novità da apportare per rispondere alle esigenze del target, in particolare straniero, all'attenzione per l'ambiente e per la certificazione ECOLABEL
- d) proporre un piano di investimenti, sulla base del bilancio esistente, opportunamente commentato, in linea con le scelte innovative della proprietà e un piano coerente di finanziamenti (esterni o della proprietà – eventuale cambio di forma giuridica)
- e) considerare i riflessi contabili del punto d) e proporre il bilancio dell'Albergo Astra relativo ai 2 anni considerati (2010 e 2011)
- f) proporre una o più iniziative in ambito comunicativo/promozionale per dare visibilità alla nuova offerta (*la/ le proposte sono valide per l'eccellenza*)

² Olistico = "una sempre maggiore attenzione ai problemi della salute individuale, intesa come cura, promozione e sviluppo del proprio aspetto fisico, estetico e psichico."

(in allegato anche in formato Excel)

SITUAZIONE PATRIMONIALE ALBERGO ASTRA PRIMA DELLA RISTRUTTURAZIONE					
Attività	anno N	anno N+1	Passività e Netto	anno N	anno N+1
<i>Immob immat:</i>	0		Capitale proprio...	150.000	
			Riserve	0	
<i>Immob materiali</i>			Reddito	51.620	
Edifici	220.000				
Impianti specifici	35.200		Patrimonio netto	201.620	
Attrezzature	75.800				
Mobili e arredi	18.000		Debiti a medio termine	65.000	
Biancheria	6.750		Debiti diversi a B T	22.000	
			Debiti TFR	88.000	
<i>Attivo corrente</i>			Debiti v/fornitori	23.100	
			Anticipi da clienti	13.000	
Magazzino:					
food&beverage	5.400		Totale passività	211.100	
Room division	3.500				
materiali consumo	1.200				
(detersivi,scorte varie)					
<i>Crediti e liquidità:</i>					
Corrispondenti	15.000				
Crediti v / clienti	12.150				
Cassa	1.200				
Banche	18.520				
Totale attività	412.720		Tot Passività e Netto	412.720	

NOTA BENE: tutte le immobilizzazioni sono iscritte valori al netto dei fondi ammortamento per cui i valori sono abbastanza bassi poiché l'albergo è posseduto da 20 anni.

<u>EDIFICI</u>	<u>posseduta da 20 anni</u>
<u>IMPIANTI SPECIFICI</u>	<u>posseduta mediamente da 7 anni</u>
<u>ATTREZZATURE</u>	<u>posseduta mediamente da 4 anni</u>
<u>MOBILI E ARREDI</u>	<u>posseduta mediamente da 17 anni</u>
<u>BIANCHERIA</u>	<u>posseduta mediamente da 10 anni</u>

Griglie di correzione e soluzioni di matematica e discipline turistiche:

FILE: [correzione matematica step B definit.xls](#)

FILE: [GRIGLIA DI VALUTAZIONE STEP C - TURISMO.xls](#)

FILE: [situaz_patrim_correz_definit step C1.xls](#)

STRUMENTI DI PROFILO	Diplomato IT indirizzo TURISMO	Pag 53 di 56
----------------------	--------------------------------	--------------

STRUMENTI DI VALUTAZIONE

Elenco di strumenti di valutazione

VALUTAZIONE UdA

vedi strumenti contenuti in: LINEE GUIDA 1

1	GRIGLIA DI VALUTAZIONE UdA
2	QUESTIONARIO DI AUTOVALUTAZIONE

VALUTAZIONE PROVA ESPERTA

vedi strumenti contenuti in: LINEE GUIDA 2, VALUTAZIONE FINALE E PROVA ESPERTA

1	DOCUMENTO DI SINTESI
2	FILE CORREZIONE PROVA
3	GUIDA ALLA VALUTAZIONE E RACCOLTA DATI
4	SCHEMA RACCOLTA DATI

AUTORI

UNITA' DI APPRENDIMENTO:

UDA n. 1
Claudia Greggio
Margherita Lavezzo
Tiziana Lonzino
Lucia Simonetto
Simonetta Mirandola
Giuseppina Schiesaro

Uda n. 2
Flavia Santonico
Alessandra Benetti
Cristina Dorella
Flavio Filini

Uda n. 3
Olivo
Santucci
Sinigalia
Piovesan
Ferrero

PROVA ESPERTA:

Alessandra Adami,
Roberta Burdese,
Sergio Chiappin,
Claudia Greggio,
Margherita Lavezzo,
Paola Lotti,
Paola Michelotto,
Nadia Paiarolli.
