

ITINERARI CULTURALI. NUOVE GEOGRAFIE DI RELAZIONE E PARTECIPAZIONE

UdA: Citybreak per scoprire la città

Argomento	Progettare un breve soggiorno turistico (<i>citybreak</i>) in una città europea (es. Lisbona), curandone gli aspetti culturali, logistici, sostenibili e promozionali.		
Obiettivi	- Conoscere l'offerta culturale, turistica ed enogastronomica di una città europea. - Organizzare un itinerario sostenibile e tematico per un pubblico target (famiglia, giovani, senior, classe scolastica...). - Sviluppare abilità di comunicazione turistica e competenze digitali e promozionali. - Lavorare in gruppo in modalità cooperativa e progettuale.		
Destinatari	Studenti del quarto anno Istituto Tecnico – Indirizzo Turismo		
Prerequisiti	- Conoscenze base di geografia turistica europea. - Competenze linguistiche in lingua straniera (inglese o altra lingua studiata). - Conoscenze di base su strumenti digitali e di ricerca online (es. Canva, Google Maps, Booking...).		
Conoscenze	- Localizzazione geografica e caratteristiche della città scelta. - Tipologie di offerta turistica e culturale. - Elementi base di promozione turistica (pacchetti, descrizioni, immagini, storytelling).	Evidenze osservabili	- Colloca correttamente la città scelta su una carta geografica muta. - Descrive almeno tre attrazioni culturali/turistiche della città e le geolocalizza sulla mappa. - Riconosce e distingue diverse tipologie di turisti e offerte (es. culturale, gastronomica, d'affari, naturalistica...).
Abilità	- Ricercare e selezionare informazioni turistiche affidabili online o da	Evidenze osservabili	- Elabora un itinerario coerente e realistico per un weekend o breve soggiorno.

	diverse fonti (es. guide cartacee, dépliant...) - Pianificare un itinerario turistico tematico e sostenibile. - Produrre materiale promozionale (brochure, slide, video). - Presentare oralmente in modo efficace un pacchetto turistico.		- Utilizza immagini, mappe e testi nella realizzazione del prodotto finale. - Espone con chiarezza e sicurezza l'itinerario alla classe.
Atteggiamenti	- Collaborare attivamente nel gruppo di lavoro. - Dimostrare interesse verso culture e città europee. - Sviluppare spirito critico e creativo nella scelta e nella progettazione.	Evidenze Osservabili	- Rispetta tempi e ruoli nel gruppo. - Partecipa alle discussioni con proposte e contributi pertinenti e originali. - Dimostra apertura e curiosità verso città diverse dalla propria.
Risorse (umane, strumentali)	Umane: Insegnante, esperti del settore (travel blogger, agenzie di viaggio) Strumentali: (analogiche) mappe delle città, immagini storiche e attuali dei punti di interesse della città scelta, testi, tablet, fonti affidabili come guide turistiche cartacee. (digitali) Google Earth, Google Map, Web, software per presentazioni.		
Spazi e tempi	Spazi: Aula, biblioteca scolastica, laboratorio di informatica Tempi: 8 ore totali (1 mese nel secondo quadrimestre).		
Metodologie	- Learning by doing (progettazione e simulazione). - Cooperative learning . - Compiti autentici (proposta turistica) - Flipped classroom (ricerca delle fonti e informazioni; esplorazione autonoma del pacchetto Citybreak con tappe, trasporti, alloggi e attività).		
Fasi: (preparazione, presentazione, svolgimento chiusura)	1. Introduzione e attivazione (1 ora) - Breve spiegazione del concetto di Citybreak e di turismo urbano sostenibile: breve lezione frontale dell'insegnante con esempi. - Visione guidata di 2 brevi video promozionali (una città italiana, una europea)		

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLoliWvnVweHvpNDMRBiS-oXaYvuM8c7yp>

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=IlaAkO_oVku&utm_source=chatgpt.com

- Brainstorming collettivo: *Che tipo di turisti siamo? Cosa cerchiamo in una città per un weekend? Quali elementi rendono attrattiva una destinazione urbana?*
 - Raccolta delle risposte alla lavagna/LIM
- Presentazione del compito autentico finale: **realizzare e presentare un pacchetto turistico sostenibile, tematico e promozionale per un Citybreak.**

Compito a casa: Visionare un video turistico sulla città di *Lisbona* (link fornito dal docente), iniziando a riflettere sulla città che si vorrebbe scegliere.

2. Formazione dei gruppi e assegnazione città (30 min)

- Formazione dei gruppi di lavoro da 3-4 studenti.
 - Criteri di formazione: eterogeneità per competenze e personalità
 - Assegnazione ruoli preliminari (coordinatore, ricercatore, creativo, esperto digitale)
- Assegnazione o scelta guidata della città europea tra un ventaglio proposto (es. Lisbona, Berlino, Praga, Barcellona...)
- Ogni gruppo compila una mini-scheda di obiettivi con il target di riferimento pensando:
 - "A chi è rivolto il nostro pacchetto?" (famiglie, giovani, senior, coppie, studenti)
 - "Quale esperienza vogliamo offrire?" (culturale, gastronomica, avventurosa, rilassante)
 - "Qual è il nostro budget indicativo?"

Compito a casa: Ricerca di informazioni turistiche utilizzando fonti affidabili:

- ❖ Siti ufficiali del turismo delle città
- ❖ VisitCity.com, Lonely Planet, TripAdvisor
- ❖ Google Maps per geolocalizzazione
- ❖ Booking.com per alloggi
- ❖ Raccolta materiale su: almeno 3 attrazioni principali, dove dormire, dove mangiare, eventi/mercatini

3. Progettazione itinerario e materiali (3 ore)

- In classe: discussione e sintesi del materiale informativo raccolto dai singoli membri del gruppo. Selezione delle attrazioni più interessanti per il target scelto. Verifica dell'affidabilità delle fonti utilizzate.

- Stesura del programma dell'itinerario dettagliato di 3 giorni/2 notti:
 - **Giorno 1:** Arrivo, sistemazione, prima esplorazione
 - **Giorno 2:** Attrazioni principali, esperienze culturali/gastronomiche
 - **Giorno 3:** Completamento visite, shopping, ripartenza
 - Considerare: trasporti, tempi di percorrenza, costi, sostenibilità.
- **Pianificazione logistica:**
 - Selezione alloggi (posizione, prezzo, servizi);
 - Individuazione ristoranti/locali caratteristici;
 - Definizione mezzi di trasporto (pubblici, bike sharing, walking tour);
 - Calcolo budget complessivo
- **Scelta del formato promozionale** - Opzioni disponibili:
 - **Brochure digitale** (Canva, Publisher)
 - **Presentazione multimediale** (PowerPoint, Prezi, Genially)
 - **Video promozionale** (Adobe Spark, Filmora)
 - **Sito web/Landing page** (Google Sites, Wix)
 - **Social media campaign** (Instagram stories, TikTok)

Compito a casa: Ogni gruppo lavora al materiale promozionale in relazione ai compiti assegnati.

Ricercatore di immagini: seleziona foto di alta qualità, rispettando copyright

Copywriter: scrive testi persuasivi e informativi

Graphic designer: cura l'aspetto visivo e il layout

Project manager: coordina il lavoro e gestisce le scadenze

4. Presentazione e valutazione (3 ore totali)

- **Esposizione (2h):**
 - Simulazione "Fiera del Turismo Europeo": ogni gruppo presenta il proprio pacchetto *Citybreak* alla classe (10/15 minuti a gruppo), argomentando le proprie scelte in relazione a un turismo urbano sostenibile.
 - Gli altri gruppi assumono il ruolo di potenziali clienti/buyers
- **Struttura presentazione suggerita:**

	-Opening (1-2 min): Benvenuto e presentazione del team -Destinazione (2-3 min): Perché scegliere questa città -Itinerario (3-4 min): Programma dettagliato giorno per giorno -Servizi (1-2 min): Alloggi, trasporti, ristorazione -Call to action (1 min): Prezzo, contatti, promozioni ● Discussione finale e votazione (1h): ○ Quale pacchetto risulta più efficace? Perché? ○ Quale ha usato meglio lo storytelling? ○ Che strategie comunicative hanno funzionato meglio? ○ Quale era più sostenibile e realistico? ○ Quali difficoltà avete incontrato nella progettazione? ○ Come migliorereste il vostro pacchetto dopo aver visto gli altri? ○ Che competenze professionali abbiamo sviluppato? <i>Compito a casa (facoltativo): riflessione individuale (scheda):</i> Cosa ho imparato di nuovo su turismo e comunicazione? Quali competenze digitali ho sviluppato/migliorato? Come ho contribuito al lavoro di gruppo? Quali difficoltà ho superato? Cosa farei diversamente in un prossimo progetto simile?
Valutazione (griglia di osservazione e/o scheda di valutazione)	Rubrica valutativa per la ricerca con indicatori su<. ● Qualità della ricerca e delle fonti ● Coerenza e completezza dell'itinerario ● Creatività e attrattività del materiale promozionale ● Collaborazione e partecipazione nel gruppo Criteri di osservazione durante le presentazioni: ● Chiarezza espositiva e uso del linguaggio tecnico ● Capacità di coinvolgere il pubblico ● Coerenza tra target e proposta ● Creatività nella comunicazione ● Gestione del tempo e delle domande
Prodotto (se presente)	- Pacchetto itinerario Citybreak in formato dépliant, brochure digitale o video promozionale; - Presentazione orale simulata a una "fiera turistica" con possibile supporto di Google Earth.
Allegati (se presenti)	Scheda 1 – Brainstorming iniziale: Che tipo di turisti siamo?

1. Che tipo di viaggiatori siete? (Scrivi 3 aggettivi o caratteristiche per descrivervi come turisti)
2. Cosa cercate in un citybreak? (Seleziona 3 elementi per te fondamentali tra: Cultura, Divertimento, Relax, Enogastronomia, Shopping, Natura, Architettura, Eventi e musica, Altro: _____)
3. Che aspettative avete da un weekend in una città europea?

Scheda 2 – Raccolta informazioni e mappa delle fonti

Nome del gruppo: _____

Categoria	Informazioni trovate	Fonte usata (link o nome sito)
3 attrazioni principali		
Alloggi consigliati		
Dove mangiare		
Eventi/mercatini		
Mezzi di trasporto		
Curiosità/local tips		

Scheda 3 – Check finale del pacchetto

Nome del gruppo: _____

Lista di controllo prima della presentazione finale:

Elemento	Completato? (✓)	Note
Itinerario chiaro e realistico		
Mappa con geolocalizzazione attrazioni		
Descrizione delle attività giornaliere		
Scelta formato promozionale (slide, video...)		
Aspetti logistici descritti (alloggio, trasporti)		
Testi curati e con linguaggio promozionale		

	Presentazione pronta per l'esposizione		