CLASSI V TURISTICO

Competenza generale dell'asse dei linguaggi - Lingua straniera INGLESE

UTILIZZARE LA LINGUA INGLESE PER I PRINCIPALI SCOPI COMUNICATIVI E OPERATIVI

(Livelli B2 del Quadro europeo di riferimento per le lingue)

<table>
<tr><th>CONOSCENZE</th><th colspan="2">ABILITA'</th><th>COMPETENZE</th></tr>
<tr><td rowspan="3">LINGUA
● Perfezionare e potenziare le conoscenze prerequisite affinando il lessico e la fraseologia convenzionale per affrontare situazioni sociali e di lavoro con una varietà di registro e di contesto
● Ampliare il lessico specifico dell'indirizzo di studi e le formule comunicative in ambito turistico

TURISMO e CIVILTA'
● Come prepararsi alla ricerca di un lavoro (CV, letter of application)
● Conoscere le diverse tipologie di pacchetti turistici e i differenti bisogni ed esigenze di specifici clienti.
● Conoscere i principali aspetti</td><td>Ascolto</td><td>● Comprendere una varietà di messaggi orali sempre più complessi in contesti differenziati trasmessi attraverso diversi canali</td><td rowspan="3">● Saper utilizzare strategie comunicative adeguate ai contesti familiari, sociali e professionali
● Effettuare collegamenti infra e interdisciplinari .
● Affinare modalità di apprendimento con relativa autonomia sia nella scelta dei materiali e degli strumenti di studio, sia nell'individuazione di strategie idonee al raggiungimento degli obiettivi prefissati
● Approfondire autonomamente tematiche in previsione del colloquio dell'Esame di Stato attraverso la ricerca bibliografica</td></tr>
<tr><td>Lettura</td><td>● Comprendere testi scritti di una certa complessità inerenti ad aspetti di attualità, socio-economici, turistici, distinguendone il registro specifico e i diversi punti di vista.
● Analizzare e interpretare grafici e dati statistici</td></tr>
<tr><td>Interazione / produzione orale</td><td>● Interagire in conversazioni su argomenti noti di interesse personale, sociale, di attualità o professionali anche per mezzo di strategie compensative, utilizzando il linguaggio specifico e il registro adeguato
● Utilizzare le corrette strutture comunicative per interagire in situazioni professionali (promuovere un prodotto, fare da guida turistica, fare o reagire a una lamentela)
● Esporre in maniera personale argomenti di attualità collegandoli al proprio vissuto.</td></tr>
</table>

socio-culturali, geografici ed artistici dei paesi di lingua anglofona. ● Conoscere come realizzare un itinerario, una visita guidata, un viaggio, partendo da dati conosciuti.	**Produzione scritta**	● Produrre testi chiari, relazioni, sintesi e commenti coerenti e coesi su esperienze, processi e situazioni relative al settore di indirizzo. ● Redigere lettere commerciali adeguate alla tipologia della situazione. ● Redigere itinerari turistici e programmi di viaggio. ● Realizzare brochure e materiale illustrativo e promozionale ● Tradurre documenti e lettere commerciali.	

Contenuti:

Special interest holidays:

- Food and wine holidays
- Adventure holidays
- Health tourism
- Medical tourism
- Study holidays

Travelling for business:

- Business travel
- Event staging
- Exhibitions and trade fairs
- Incentives

Tourism marketing and promotion

- The marketing mix
- The language of promotion

The USA and Canada

- The USA: geography
- New York
- San Francisco
- National parks
- California
- Florida
- Canada: geography

Oceania, Africa and Asia

- Australia
- New Zealand (in short)
- South Africa (in short)
- India (in short)

Sustainable tourism and transport (vocabulary)

Exam preparation

Writing an essay and an article

Reading comprehension B2

Art:

- Painting: Romanticism
- Impressionism
- Post impressionism
- Early modernism and Pop Art

Literature

- War poets: Brooke, Owen, Sassoon