

UDA: Il Gran Tour ieri e oggi

Il Grand Tour è stato, tra il XVIII e XIX secolo, una delle prime forme di turismo culturale europeo. Giovani aristocratici viaggiavano in Italia per arricchirsi culturalmente attraverso la scoperta dell'arte, della storia, della natura e delle tradizioni.

Questa UDA propone agli studenti un percorso interdisciplinare per comprendere come il turismo sia cambiato nel tempo e per saper progettare oggi un itinerario turistico-culturale moderno (nella forma di articolo), capace di valorizzare il patrimonio italiano.

ANNO SCOLASTICO: 2025/2026

Classe di riferimento: V F^{acc}

UNITÀ DI APPRENDIMENTO	
Denominazione	IL GRAN TOUR IERI E OGGI
Compito - prodotto	Compito di realtà: Brochure multilingue con itinerario e preventivo del Gran Tour oggi.
Competenze di cittadinanza:	Progettare, Individuare i collegamenti e relazioni
Competenze trasversali da sviluppare	- Collaborare in gruppo, gestendo ruoli e responsabilità. - Comunicare efficacemente in forma orale, scritta e digitale. - Analizzare informazioni e trasformarle in un prodotto utile e concreto. - Pensare in chiave imprenditoriale e creativa. - Saper connettere saperi diversi in un unico progetto interdisciplinare. - Utilizzare in modo critico i social media e le tecnologie per la promozione turistica. Obiettivi formativi Saper collegare aspetti storici, artistici e letterari alla professione turistica. Potenziare le competenze comunicative in italiano e in lingua straniera. Applicare conoscenze economiche e matematiche alla progettazione di un pacchetto turistico. Sviluppare capacità di lavoro di gruppo, problem solving e uso consapevole delle tecnologie digitali. Promuovere la conoscenza del patrimonio artistico, enogastronomico e naturalistico italiano.
Conoscenze	Abilità
Italiano Il Novecento italiano esplora il viaggio sia come esperienza concreta che come possibilità di conoscenza della realtà soggettiva e complessa, rappresentata dalla struttura labirintica della narrazione. Le forme espressive del testo descrittivo, narrativo e argomentativo. Tecniche di scrittura creativa e pubblicitaria. Struttura e caratteristiche del linguaggio turistico promozionale. Differenza tra testo informativo, promozionale e poetico. Lessico specifico per la valorizzazione del patrimonio culturale. Storia Il Grand Tour come fenomeno storico e	Saper leggere e analizzare brani di viaggio di autori italiani ed europei. Saper selezionare e utilizzare citazioni letterarie in un contesto turistico-culturale. Saper redigere testi promozionali (brochure, dépliant, post social) in italiano corretto e adeguato al contesto. Saper distinguere registro comunicativo e adattarlo al destinatario (cliente, turista, istituzione). Saper sintetizzare informazioni storiche e artistiche in testi chiari e accattivanti. Utilizzare il lessico settoriale turistico in contesti reali e simulati. Storia Saper collocare il Grand Tour nel contesto storico

culturale del Settecento e Ottocento. Contesto sociale e politico dell'Europa del XVIII–XIX secolo. La nascita del turismo come fenomeno di élite. L'Italia meta privilegiata del Grand Tour: città e percorsi più visitati. Rapporti tra aristocrazia europea e cultura italiana. Evoluzione del turismo dal Grand Tour al turismo di massa. Impatto del turismo sullo sviluppo economico e sociale delle città d'arte.	europeo. Saper confrontare il turismo di élite del passato con il turismo di massa odierno. Saper spiegare il ruolo culturale, politico ed economico del Grand Tour. Saper leggere e interpretare fonti storiche (testi, mappe, diari di viaggio). Saper fare collegamenti tra contesto storico, letterario e artistico. Saper utilizzare concetti storici per arricchire la presentazione di un itinerario turistico.
Francese/Tedesco Lessico specifico del settore turistico (accoglienza, trasporti, itinerari, ospitalità). Strutture linguistiche per la descrizione di monumenti, città e servizi. Modalità di presentazione orale e scritta di pacchetti turistici. Differenze culturali e comunicative tra clienti stranieri. Glossario turistico multilingue. Testi autentici (brochure, siti web, recensioni).	Saper comprendere e produrre testi promozionali. Saper descrivere itinerari turistici e servizi. Saper simulare dialoghi di accoglienza (check-in, gestione reclami, informazioni turistiche). Saper creare una brochure multilingue chiara e accattivante. Saper presentare in lingua un itinerario a un pubblico di turisti stranieri. Saper utilizzare correttamente la terminologia tecnica del turismo.
Inglese Understand written and oral texts about cultural and historical tourism, Describing and present tourist attractions, itineraries and cities, using a clear and fluent English. Write short and informative texts using digital tools. Comparing historical Grand Tour with today's forms of experiential or educational tourism.	Students will know: the historical meaning and purpose of the Grand Tour in 18th century in Europe, the main Italian destinations, key vocabulary and expressions related to travel tourism, art and heritage, hospitality and welcoming tourists
Accoglienza: Tecniche di accoglienza clienti in front office. Piattaforme di prenotazione (Booking, Expedia, ecc.). Strumenti digitali per itinerari turistici (Google Earth, mappe interattive). Modalità di costruzione di un pacchetto turistico. Customer care e gestione reclami. Influenza dei social media sui	Saper progettare un pacchetto turistico completo. Saper presentare itinerari culturali in forma professionale. Saper utilizzare strumenti digitali per creare mappe e percorsi. Saper ricercare e selezionare informazioni attendibili sul web.

comportamenti dei viaggiatori.	
Tecniche di comunicazione:	
Comunicazione e destination marketing Le strategie di comunicazione per la promozione del territorio Le strategie di comunicazione nel turismo enogastronomico Strumenti e strategie di marketing turistico. La valorizzazione del Made in Italy	Saper analizzare i bisogni dei turisti e motivarli alla scelta del viaggio. Saper adattare il messaggio comunicativo al target. Saper utilizzare strumenti di comunicazione visiva e multimediale. Saper individuare le varie tipologie di turista e le relative esigenze. Saper creare campagne promozionali efficaci.
Arte e territorio:	
Monumenti e luoghi simbolo del Grand Tour Strutture urbane storiche. Valore culturale del patrimonio italiano. Tecniche di lettura e analisi dell'opera d'arte.	Saper descrivere opere e monumenti in modo accessibile e professionale. Saper collocare un'opera nel suo contesto storico-artistico. Saper leggere i principali elementi formali di un'opera d'arte. Saper valorizzare il patrimonio culturale in chiave turistica. Saper proporre itinerari artistici legati al territorio.
Scienza dell'Alimentazione	
Prodotti tipici italiani (DOP, IGP). Gastronomia come attrattiva turistica. Enogastronomia del Grand Tour e dei viaggiatori stranieri. Tradizioni culinarie locali e regionali. Valore nutrizionale dei cibi proposti nei pacchetti turistici.	Saper inserire degustazioni e percorsi gastronomici in un itinerario. Saper presentare prodotti tipici come elementi di marketing territoriale. Saper illustrare il valore culturale ed economico del cibo. Saper proporre menu turistici equilibrati e legati al territorio.
Utenti destinatari	Alunni della classe V^F Accoglienza turistica
Periodo di svolgimento	Febbraio – Aprile
Fasi (da riportare anche nella tabella "Specificazione delle Fasi")	F1: Presentazione UDA (1h) Introduzione al tema Grand Tour. Visione di immagini, mappe e testi. Coinvolgimento della classe. F2: Accoglienza Studio dei costi di un pacchetto turistico. Calcolo del Break Even Point. Discussione su pricing e redditività. F3: Costruzione itinerario (8h – Accoglienza + Lingue) Ricerca attrazioni, musei, monumenti. Creazione itinerario con Google Earth. Presentazione schematica. F4: Approfondimento storico-artistico (6h – Italiano + Arte e Territorio) Lettura e commento di brani da scrittori viaggiatori. Analisi di opere e monumenti visitati dai viaggiatori del Grand Tour.

	F5: Comunicazione e motivazioni al viaggio (8h – Tecniche di comunicazione) Analisi dei bisogni dei turisti per motivarli alla scelta del viaggio. Utilizzo di strumenti di comunicazione visiva e multimediale. Adattare il messaggio comunicativo al target. F6: Lingue straniere (10h – Inglese, Francese, Tedesco) Creazione brochure multilingue. Role play di accoglienza clienti stranieri. Presentazione itinerario in lingua. F7: Cultura enogastronomica e turismo attivo (5h – Alimentazione + Educazione fisica) Integrazione di esperienze culinarie tipiche. Proposta di attività sportive/naturalistiche. F8: Presentazione finale (6h – Interdisciplinare) Presentazione pubblica itinerario (in italiano e lingue straniere). Consegna brochure e preventivo. Consegna articolo. Discussione e autovalutazione.
Esperienze attivate	Esperienze laboratoriali e in classe.
Metodologia	Brainstorming, lezione frontale e partecipata, lavoro e/o ricerca individuale e di gruppo, utilizzo di strumenti multimediali.
Risorse umane interne esterne	Docenti interni: Docente di Accoglienza turistica Docente di Lingua inglese Docente di Lingua tedesca Docente di Lingua francese Docente di Lingua italiana Docente di Arte e Territorio Docente di Tecniche di Comunicazione Docente di alimentazione
Strumenti	Laboratorio di accoglienza turistica Aula didattica con Digital board Libri di testo Materiali digitali
Valutazione	Valutazione formativa e intermedia Valutazione sommativa del prodotto finale

PIANO DI LAVORO UDA

UNITÀ DI APPRENDIMENTO: Il Gran Tour ieri e oggi. Totale ore: circa 50
Coordinatore: Docente di Accoglienza turistica
Collaboratori: tutti i docenti partecipanti all'UDA

Specificazione delle Fasi

Fasi	Attività	Strumenti	Esiti	Tempi e docenti coinvolti	Valutazione
------	----------	-----------	-------	---------------------------	-------------

1	Presentazione dell'UDA alla classe	Schema generale dell'UDA	Interessare e coinvolgere la classe	1 ora Docente Coordinatore	
2	Accoglienza Turistica elaborare un itinerario turistico attraverso l'utilizzo delle principali piattaforme di prenotazione e creazione progetto con google Earth	Libri di Testo - internet- materiali multimediali	Elaborazione di itinerario turistico	6 h Docente di accoglienza	Verifica scritta. Esposizione orale dell'elaborato
3	Arte e territorio Realizzare degli itinerari/tour virtuali	Libro di testo, materiale fornito dall'insegnante, risorse multimediali	Conoscere i principali monumenti	4 ore Arte	Valutazione formativa
4	Comunicazione: Analisi dei bisogni e delle motivazioni che spingono a viaggiare. Analisi delle azioni di comunicazione.	Libro di testo Materiale fornito dall'insegnante Web	Riconoscere i fattori di spinta e di attrattività operanti nella scelta delle vacanze Riconoscere pro e contro delle diverse azioni di comunicazione	8 ore Docente di Tecniche di Comunicazione	Valutazione intermedia
5	Lingua inglese	Libro di testo e materiali multimediali.	Conoscere i percorsi di eccellenze e illustrarne le principali caratteristiche in lingua Inglese	8 ore	Valutazione sulla presentazione del prodotto finale
	Lingua inglese - ACC: Conoscere le principali attrazioni turistiche italiane e creare percorsi e itinerari a turisti stranieri.	Libro di testo e materiali multimediali.	Realizzazione di un tour in L2 illustrando percorsi di eccellenza per turisti stranieri (Geotourist/Google Earth).	6 ore Docente di inglese	Prodotto multimediale - online tour
6/7	Lingua tedesca/francese Itinerari culturali ed enogastronomici	libro di testo e materiali multimediali	Gioco di ruolo: invitare turisti di lingua tedesca/francese a visitare il territorio....	5 ore docenti di lingua tedesca/francese	Gioco di ruolo
8	Lingua italiana	Libri di testo Materiali multimediali	Il Novecento italiano esplora il viaggio sia come esperienza concreta che come possibilità di conoscenza della realtà soggettiva e complessa, attraverso lo studio di vari autori della letteratura italiana.	6 ore Docente di Italiano	Prodotto multimediale
9	Alimentazione	Libro di testo e materiale multimediale	Saper presentare prodotti tipici e tradizionali come elementi di promozione del territorio.	5 ore Docente di Alimentazione	Prodotto multimediale

