



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

**Istituto Tecnico Commerciale Statale "Abba-Ballini"**

Via Tirandi, 3 - 25128 Brescia - Tel. 030 307332 - 030 393363

www.abba-ballini.edu.it - info@abba-ballini.edu.it - bstd150001@pec.istruzione.it



## PROGRAMMA di GEOGRAFIA

Classe 2E AFM

Docente FANELLI RAFFAELE

### Contenuti

<b>LE GEOGRAFIE DEI LUOGHI E DELLA MEMORIA APPLICATE AL MARKETING PER I PAESI EXTRAEUROPEI</b>	Nozioni di geografia dei luoghi e della memoria per il marketing culturale e commerciale, attraverso gli esempi di alcune città italiane, europee e dei luoghi della città di Brescia.
<b>DATI GEOGRAFICI</b>	Studio dei dati turistici prodotti dal processo di Matera 2019 capitale Europea della Cultura.
<b>NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI DEI TERRITORI EXTRAEUROPEI</b>	La geografia dei Paesi extraeuropei (Europa, America, Oceania, Africa, Antartide, Artide, Asia) caratteristiche e modalità di sviluppo dei loro settori industriali e turistico, con particolare enfasi sui dati economici. Analisi dei dati di import ed export delle merci per ogni continente, risorse minerarie ed estrattive. Le vie di comunicazione principali dei singoli territori regionali, rete stradale, porti, aeroporti e ferrovie e il loro mutamento che rappresenta una formidabile opportunità di sviluppo di aree socialmente ed economicamente più svantaggiate senza tralasciare i differenti ecosistemi e i loro climi nell'ottica di una migliore comprensione tra popoli e culture differenti. Conoscenza dei dati sulla popolazione, curva di transizione demografica e densità abitativa. Studio delle città e della geografia fisica dei luoghi attraverso la lettura di carte geografiche.
<b>LA GLOBALIZZAZIONE E IL MARKETING, CONFRONTO TRA I CONTINENTI</b>	La Globalizzazione e il marketing nei Paesi extraeuropei; Forme di economia e industria nelle specificità geografiche regionali e ambientali per ogni Continente; Conservazione dei paesaggi e aree protette; Industria e settore primario e terziario analisi per ogni continente; Risorse economiche e marketing dei territori extraeuropei a livello locale e globale; Aree geografiche d'interesse particolare per il marketing, l'industria i commerci e l'agricoltura su proiezione e scala mondiale; Cambiamenti bio-climatici nei continenti e attività territoriali connesse; Tutela del patrimonio culturale e ruolo dell'UNESCO nel marketing dei modelli di sviluppo di un turismo sostenibile e responsabile nei confronti del

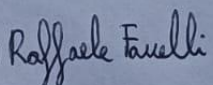
patrimonio storico-artistico, paesaggistico, etno-antropologico, enogastronomico.

I processi di globalizzazione e i cambiamenti apportati allo stile di vita delle popolazioni; Confrontare le differenti realtà territoriali in relazione al loro livello di sviluppo socio-economico (indici ISU e PIL); Le tipologie climatiche ed effetti del global warming sul turismo; Tutte le forme di economia legate agli ambiti regionali dei diversi territori compresi i settori primario, secondario e terziario dei servizi; Analizzare l'impatto dell'inquinamento sui continenti, gli ambienti e i loro climi; Studio degli organi politici ed economici più importanti per ogni territorio; Utilizzare le diverse fonti documentarie, anche in altra lingua; Elaborazione dei dati delle tabelle del libro; Saper leggere una carta geografica e interpretarla attraverso i suoi simboli esprimendosi con i termini tecnici della materia; Studio delle nazioni dei continenti attraverso la lettura di articoli, riviste, libri e mezzi tecnologici quali l'utilizzo di internet; Saper riconoscere sul planisfero geografico un continente e saperne interpretare le caratteristiche territoriali; Le religioni e le lingue delle nazioni che fanno parte di un continente; Studio e approfondimento della storia e delle bandiere di ogni singolo stato, e della loro suddivisione amministrativa.

Brescia, 03/06/2021

L'insegnante

RAFFAELE FANELLI



Gli studenti

