



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 1E AFM

Docente FANELLI RAFFAELE

### Contenuti

<b>IL MARKETING TERRITORIALE DEI BORGHI FANTASMA E DELLE NUOVE DESTINAZIONI TURISTICHE IN ITALIA</b>	Il marketing territoriale di due destinazioni turistiche in Italia, le Ghost Town di Alianello e Craco nella Provincia di Matera.
<b>DATI GEOGRAFICI</b>	Studio dei dati turistici prodotti dal processo di Matera 2019 capitale Europea della Cultura.
<b>NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI DEI PAESI EUROPEI E ITALIA</b>	La geografia di Europa e Italia, caratteristiche e modalità di sviluppo del settore marketing nelle varie aree geografiche, con particolare enfasi sulle nuove realtà (Destinazioni turistiche e aree industriali), analisi dei dati economici, il marketing geografico dei territori e il suo mutamento che rappresenta una formidabile opportunità di sviluppo di aree socialmente ed economicamente svantaggiate senza tralasciare i differenti ecosistemi nell'ottica di una migliore comprensione tra popoli e culture differenti. Conoscenza dello studio dei diversi marketing e delle geografie a cui fanno di riferimento.
<b>LA GLOBALIZZAZIONE E CONFRONTO TRA I TERRITORI EUROPEI</b>	<p>La Globalizzazione e sviluppo sostenibile; Forme di marketing nelle specificità geografiche e ambientali; Conservazione del paesaggio; L'impatto ambientale del marketing nei continenti extraeuropei; Risorse e marketing dei territori con proiezione a livello locale e globale; Aree geografiche d'interesse particolare per il marketing su scala Europea e Italiana; Cambiamenti bio-climatici e attività di marketing territoriale connesse; Tutela del patrimonio culturale mondiale e ruolo dell'UNESCO nel marketing dei modelli di sviluppo di un turismo sostenibile e responsabile nel continente Europeo patrimonio storicoartistico, paesaggistico, etno-antropologico, enogastronomico.</p> <p>I processi di globalizzazione nel linguaggio del marketing territoriale e geografico dell'Europa e dell'Italia; Confrontare le differenti realtà territoriali in relazione al loro livello di sviluppo socio-economico; Analizzare tipologie climatiche ed effetti del global</p>

Warming; Confrontare le forme di marketing legate agli ambiti regionali europei; Analizzare l'impatto del marketing territoriale nel continente europeo e nella nazione Italia; Come sviluppare e creare marketing per promuovere progetti per la conservazione e la valorizzazione delle risorse turistiche ed enogastronomiche di un territorio; Utilizzare le diverse fonti documentarie, anche in altra lingua; Pensare a idee di marketing di interesse culturale e ambientale; Saper creare marketing personalizzato in funzione della domanda di mercato; Sviluppare progetti di marketing commerciale di prodotti del settore secondario o per il settore dei servizi e la promozione del turismo sostenibile in aree e luoghi esterni ai circuiti consueti.

Brescia, 27/05/2021

L'insegnante

RAFFAELE FANELLI

*Raffaele Fanelli*

Gli studenti

FRANCESCO BAMBACE *Francesco Bambace*

CRISTINA MORAS *Cristina Moras*

LUCA GALBIATI *Luca Galbiati*

