

INDICE

SEZIONE 1 LA GEOGRAFIA UMANA DEL TURISMO

UNITÀ 1 LA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINE TURISTICA

Video
I concetti chiave dell'unità

- LEZIONE 1** L'immagine di una destinazione turistica
LEZIONE 2 Cinema e immagine turistica
LEZIONE 3 Letteratura e immagine turistica
LEZIONE 4 Social network e immagine turistica
TURISMO CONSAPEVOLE
 Il cinema indiano, Bollywood e il turismo
film induced
VERIFICHE DI FINE UNITÀ ZTE

UNITÀ 2 IL TURISMO MODIFICA I LUOGHI E LE CULTURE

Video
I concetti chiave dell'unità

- LEZIONE 1** Il viaggio come rottura della vita quotidiana
LEZIONE 2 Gli stereotipi culturali e l'immagine turistica
LEZIONE 3 Il turismo e la rappresentazione della realtà
LEZIONE 4 La globalizzazione ha cambiato l'esperienza di viaggio
TURISMO SOSTENIBILE
 Turismo responsabile o irresponsabile?
VERIFICHE DI FINE UNITÀ ZTE

UNITÀ 3 GLI STRUMENTI DELLA GEOGRAFIA TURISTICA

Video
I concetti chiave dell'unità

- LEZIONE 1** Condizioni climatiche, fusi orari e turismo
LEZIONE 2 Mappe digitali e realtà aumentata
LEZIONE 3 Il *travel vlog*: uno strumento del turista post moderno
COMPITO DI REALTÀ
TURISMO CONSAPEVOLE
 I fusi orari: curiosità e stranezze
VERIFICHE DI FINE UNITÀ ZTE



SEZIONE 2 LA GEOGRAFIA ECONOMICA DEL TURISMO

UNITÀ 4 IL RUOLO DEL TURISMO NELL'ECONOMIA MONDIALE

Video
I concetti chiave dell'unità

- LEZIONE 1** Un settore chiave nell'economia globale
LEZIONE 2 I flussi turistici internazionali
LEZIONE 3 Il sistema internazionale della ricettività
LEZIONE 4 Altre forme di ricettività
LEZIONE 5 Il trasporto aereo
LEZIONE 6 I trasporti marittimi e terrestri
TURISMO CONSAPEVOLE
On the road: l'Highway 61, la strada del blues
VERIFICHE DI FINE UNITÀ ZTE

UNITÀ 5 TURISMO E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Video
I concetti chiave dell'unità

- LEZIONE 1** Il turismo e l'ambiente
LEZIONE 2 Le forme del turismo responsabile
LEZIONE 3 Il turismo sostenibile e l'Amazzonia
LEZIONE 4 L'Himalaya: due modelli di turismo differenti
TURISMO SOSTENIBILE
Nomadi sostenibili – Dai 7 colli ai 7 passi: il giro del mondo su due ruote
VERIFICHE DI FINE UNITÀ ZTE

UNITÀ 6 LA GEOGRAFIA DEL MONDO D'OGGI

Video
I concetti chiave dell'unità

- LEZIONE 1** Continenti, oceani, acque interne
LEZIONE 2 La popolazione mondiale: distribuzione e popolamento
LEZIONE 3 La geografia degli spazi culturali
LEZIONE 4 La geografia economica mondiale
LEZIONE 5 La geografia politica del mondo d'oggi
TURISMO CONSAPEVOLE
Il giro del mondo e il turismo spaziale
VERIFICHE DI FINE UNITÀ ZTE

GEOGRAPHY HIGHLIGHTS – CLIL –

Green Cruising or Cruise Ship Pollution?

SEZIONE 3

IL TURISMO IN AFRICA

UNITÀ 7 L'AFRICA

- LEZIONE 1** Il territorio e la geografia umana
LEZIONE 2 Il patrimonio turistico dell'Africa

UNITÀ 8 L'AFRICA SETTENTRIONALE

Video
I concetti chiave dell'unità

Galleria di immagini
 Itinerario DIGITALE

Galleria di immagini

Galleria di immagini

UNITÀ 9 L'AFRICA CENTRALE

Video
I concetti chiave dell'unità

Galleria di immagini

Galleria di immagini
 Itinerario DIGITALE

UNITÀ 10 L'AFRICA MERIDIONALE 112

- 80** **Video**
I concetti chiave dell'unità
82 **Galleria di immagini**
- 84** **Galleria di immagini**
- 86** **Galleria di immagini**
- 87** **Galleria di immagini**
- 88**
- 89**
- 90**
- 92**
- 94** **Galleria di immagini**
 Itinerario DIGITALE
- 95** **AGENDA 2030**
EDUCAZIONE CIVICA
- 96** **Galleria di immagini**
- 98**
- 99**
- 100**
- 101**
- 102** **Video**
I concetti chiave dell'unità
- 104**
- 105**
- 106** **Video**
I concetti chiave dell'unità
- 108**
- 109** **Galleria di immagini**
- 110**
- LEZIONE 1** **La Namibia** – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana **112**
LEZIONE 2 Le risorse turistiche **113**
LEZIONE 3 **Il Madagascar** – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana **114**
LEZIONE 4 Le risorse turistiche **115**
LEZIONE 5 **Seychelles e Mauritius** – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana **116**
LEZIONE 6 Le risorse turistiche **117**
LEZIONE 7 **Il Sudafrica** – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana **118**
LEZIONE 8 L'identità territoriale: la storia e l'arte **120**
LEZIONE 9 La cultura materiale e le tradizioni **121**
LEZIONE 10 Le risorse turistiche **122**
LEZIONE 11 Itinerari **123**
VERIFICHE DELLE UNITÀ 7-10 **ZTE** **124**
COMPITO DI REALTÀ **126**
GEOGRAPHY HIGHLIGHTS – CLIL – **127**
Madagascar, The Unique Country

SEZIONE 4

IL TURISMO IN ASIA

UNITÀ 11 L'ASIA 128

- 102**
- 103**
- 104**
- 105**
- 106** **Video**
I concetti chiave dell'unità
- 107**
- 108**
- 109**
- 110** **Galleria di immagini**
- LEZIONE 1** Il territorio la geografia umana **128**
LEZIONE 2 Il patrimonio turistico dell'Asia **130**

UNITÀ 12 L'ASIA OCCIDENTALE 132

- 106** **Video**
I concetti chiave dell'unità
- 107**
- 108**
- 109**
- 110**
- LEZIONE 1** **Israele e i territori palestinesi** – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana **132**
LEZIONE 2 La cultura, le tradizioni e l'identità storica **134**
LEZIONE 3 Le risorse turistiche **135**



UNITÀ 13 L'ASIA MERIDIONALE



UNITÀ 14 L'ASIA ORIENTALE: LA CINA



- LEZIONE 4** La Giordania – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
- LEZIONE 5** La cultura, le tradizioni e l'identità storica
- LEZIONE 6** Le risorse turistiche
- LEZIONE 7** Itinerari
- LEZIONE 8** Gli Emirati Arabi Uniti – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
- LEZIONE 9** La cultura, le tradizioni e l'identità storica
- LEZIONE 10** Le risorse turistiche

- LEZIONE 1** L'India – Il territorio e i paesaggi
- LEZIONE 2** La geografia umana
- LEZIONE 3** La cultura materiale e le tradizioni
- LEZIONE 4** L'identità territoriale: storia, cultura e arte
- LEZIONE 5** Le risorse turistiche
- LEZIONE 6** Itinerari
- DELHI**
- LEZIONE 7** Il Nepal – Il territorio, la geografia umana e le risorse turistiche
- LEZIONE 8** Le Maldive – Il territorio e le risorse turistiche

- LEZIONE 1** Il territorio e i paesaggi
- LEZIONE 2** La geografia umana
- LEZIONE 3** La cultura materiale e le tradizioni
- LEZIONE 4** L'identità territoriale: storia, cultura e arte
- LEZIONE 5** Le risorse turistiche
- LEZIONE 6** Itinerari
- PECHINO**

136 UNITÀ 15 138 139 140 142 144 145	L'ASIA ORIENTALE: IL GIAPPONE E LA COREA DEL SUD 172 Video I concetti chiave dell'unità 172 LEZIONE 1 Il Giappone – Il territorio e i paesaggi 172 LEZIONE 2 La geografia umana 174 LEZIONE 3 La cultura materiale e le tradizioni 175 LEZIONE 4 L'identità territoriale: storia, cultura e arte 176 LEZIONE 5 Le risorse turistiche 178 LEZIONE 6 Itinerari TOKYO 180 182 183
146 148 149 150 152 154 156 158 159 160	UNITÀ 16 L'ASIA SUD-ORIENTALE 184 Video I concetti chiave dell'unità 184 LEZIONE 1 La Thailandia – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana 184 LEZIONE 2 L'identità territoriale: la storia e l'arte 186 LEZIONE 3 La cultura materiale e le tradizioni 187 LEZIONE 4 Le risorse turistiche 188 LEZIONE 5 Itinerari 189 LEZIONE 6 L'Indonesia – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana 190 LEZIONE 7 Le risorse turistiche 191 LEZIONE 8 Malaysia e Singapore – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana 192 193 194 195 196 198 199



SEZIONE 5

IL TURISMO NELLE AMERICHE

UNITÀ 17 LE AMERICHE

200

- LEZIONE 1** Il territorio la geografia umana
LEZIONE 2 Il patrimonio turistico delle Americhe

UNITÀ 18 L'AMERICA SETTENTRIONALE

204



- LEZIONE 1** Gli Stati Uniti d'America – Il territorio e i paesaggi
LEZIONE 2 La geografia umana
LEZIONE 3 La cultura materiale e le tradizioni
LEZIONE 4 L'identità territoriale: storia, cultura e arte
LEZIONE 5 Le risorse turistiche
LEZIONE 6 Itinerari



NEW YORK

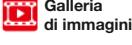
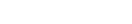
- LEZIONE 7** Il Canada – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
LEZIONE 8 La cultura, le tradizioni e l'identità storica
LEZIONE 9 Le risorse turistiche



UNITÀ 19 L'AMERICA CENTRALE



- LEZIONE 1** Il Messico – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
LEZIONE 2 L'identità territoriale: la storia e l'arte
LEZIONE 3 La cultura materiale e le tradizioni
LEZIONE 4 Le risorse turistiche
LEZIONE 5 Itinerari
LEZIONE 6 Cuba – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
LEZIONE 7 Le risorse turistiche
LEZIONE 8 La Repubblica Dominicana – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
LEZIONE 9 Le risorse turistiche



UNITÀ 20 L'AMERICA MERIDIONALE

230

- LEZIONE 1** Il Perù – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana
LEZIONE 2 La cultura, le tradizioni e l'identità storica
LEZIONE 3 Le risorse turistiche



- LEZIONE 4** Il Brasile – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana

- LEZIONE 5** L'identità territoriale: la storia e l'arte

- LEZIONE 6** La cultura materiale e le tradizioni

- LEZIONE 7** Le risorse turistiche

- LEZIONE 8** Itinerari

- LEZIONE 9** L'Argentina – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana

- LEZIONE 10** La cultura, le tradizioni e l'identità storica

- LEZIONE 11** Le risorse turistiche

- LEZIONE 12** Il Cile – Il territorio, i paesaggi e la geografia umana

- LEZIONE 13** Le risorse turistiche

VERIFICHE DELLE UNITÀ 17-20

COMPITO DI REALTÀ

GEOGRAPHY HIGHLIGHTS – CLIL –

Argentina: A land of Contrasts

L'AGENDA 2030

CHE COS'È LA SOSTENIBILITÀ? La **sostenibilità è un modello di sviluppo** virtuoso che tiene conto dei limiti delle risorse naturali della Terra e dei diritti fondamentali di tutti gli esseri umani, senza compromettere le possibilità delle generazioni future.

CHE COS'È L'AGENDA 2030? L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile è un **programma di azione** delle Nazioni Unite

che delinea alcuni obiettivi comuni da raggiungere a livello mondiale entro il 2030 per uno sviluppo ambientale, sociale ed economico sostenibile. L'Agenda è composta da **17 obiettivi di sviluppo sostenibile**.

Nello **schema** qui sotto vengono riassunti i 17 obiettivi.

Gli obiettivi sono richiamati nel libro anche in alcune lezioni che trattano argomenti legati all'Agenda 2030.

OBIETTIVI



Obiettivo 1: Porre fine a ogni forma di povertà nel mondo.



Obiettivo 7: Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.



Obiettivo 13: Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.



Obiettivo 2: Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.



Obiettivo 8: Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.



Obiettivo 14: Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.



Obiettivo 3: Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.



Obiettivo 9: Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione e una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.



Obiettivo 15: Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre.



Obiettivo 4: Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.



Obiettivo 10: Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni di tutto il mondo.



Obiettivo 16: Promuovere società pacifiche e inclusive, fornire l'accesso universale alla giustizia e costruire istituzioni efficaci.



Obiettivo 5: Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.



Obiettivo 11: Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.



Obiettivo 17: Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.



Obiettivo 6: Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.



Obiettivo 12: Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

TARGET

Ogni obiettivo si articola in target, o traguardi, per un totale di 169.

Per esempio, il goal 4 è "Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti". Qui accanto trovi il target 7 del goal 4.

TARGET 4.7

Garantire entro il 2030 che tutti i discenti acquisiscano la conoscenza e le competenze necessarie a promuovere lo sviluppo sostenibile, anche tramite un'educazione volta:

- a uno sviluppo e uno stile di vita sostenibile;
- ai diritti umani;
- alla parità di genere;
- alla promozione di una cultura pacifica e non violenta;
- alla cittadinanza globale e alla valorizzazione delle diversità culturali e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.



COM'È FATTO IL LIBRO

SEZIONI E UNITÀ

Il testo è suddiviso in 6 sezioni. Ogni sezione è composta da una o più unità. Le unità affrontano un argomento suddiviso in lezioni distinte.

LEZIONI

LEZIONI
Le lezioni sono suddivise
in paragrafi. Un breve
testo in blu introduce
i concetti principali.
Le parole e le frasi
più importanti sono
evidenziate in grassetto.

METTI A FUOCO

Il box "Metti a fuoco" elenca alcune domande sul testo utili per fissare i contenuti della lezione.

**TURISMO
CONSAPEVOLE**

Doppi pagine che ti insegnano ad avere un approccio critico al fenomeno turistico e a leggere la geografia del turismo in modo nuovo e consapevole.

**TURISMO
SOSTENIBILE**

Doppi pagine che ti spiegano attraverso alcuni esempi concreti qual è l'impatto del turismo sull'ambiente

OBBIETTIVO LAVORO

Svolgendo queste attività acquisirai le competenze per svolgere, al termine del tuo percorso scolastico, professioni legate al mondo dei servizi turistici.

AGENDA 2030

I temi trattati sono associati agli obiettivi dell'Agenda 2030.

LEZIONE 5 LE RISORSE TURISTICHE

CENTRI D'ARTE E DI INTERESSE CULTURALE
Nella carta sono indicate le città più scoperte per le loro esibizioni teatrali, spettacoli e mostre. I luoghi naturali e le più belle opere d'arte sono indicati con un simbolo artistico. A sud è importante la storia dell'informatico.

ALCE NATURALISTICA
Gli alberi paesaggistici naturali del paese sono grandiosi: si tratta di alberi che fioriscono per secoli e non solo per anni. I boschi più famosi sono quelli di Redwood, Sequoia e Sempervirens. Il più grande è il Redwood Forest, situato nel Grand Canyon di California.

PARCHEI NATURALISTICI
I parchi nazionali sono 63 con un territorio protetto che si estende comprendente per oltre 80 mila km². I più famosi sono il Parco Nazionale delle Montagne Rocciose e la costa californiana (più conosciuta come il "Yellowstone"). I rocciosi deserti centrali e gli aridi deserti del Nord-Est sono soprattutto di profonda sabbia, e i canali di fiumi che scorrono attraverso questi deserti sono gli unici della California, dalla prateria centrale, un tempo chiamata "desert of the west".

LOCALITÀ MONTANE
Tra le metà del paese, montagne dominano la regione delle Montagne Rocciose, mentre a est c'è il deserto, tra cui il deserto di Colorado, dove si trova anche la regione degli Appalachi, tra cui il monte Washington, con numerosi fiumi carri, tra cui il Mississippi.

STAZIONI BALNEARI
Sono località anche il Balneario Samaniego lungo il mare californiano, ricco di insenature e baie, con numerose famiglie carri, tra cui il famoso Balneario de Marbella, nel Nord-Est, che svolgono le voci di "Balneario de Marbella".

BEACH, PALM BEACH E HOTEL
Le spiagge più belle sono quelle di Miami Beach e Daytona Beach, mentre le più famose sono le spiagge di Las Vegas, dove si trova il famoso Hotel Bellagio.

TURISMO DEL DIVERTIMENTO
Una tipologia di turismo rientra nella attività legata ai giochi, nella città di Las Vegas, dove si trovano, e quindi si spostano, i giocatori, che sono attratti da tutto il divertimento e il gioco d'azzardo.

210 SEZIONE 5. IL TURISMO NELLE AMERICHE

Trova le seguenti città sulla mappa utilizzando le lettere da p. 202.
1. San Francisco
2. Los Angeles
3. Las Vegas
4. New York
5. Chicago
6. Boston
7. Miami
8. Atlanta
9. Denver
10. Seattle
11. San Jose
12. Salt Lake City
13. Phoenix
14. St. Louis
15. Detroit
16. Minneapolis
17. Sacramento
18. Portland
19. Honolulu
20. Anchorage
21. Juneau
22. Fairbanks
23. Anchorage
24. Juneau
25. Fairbanks
26. Anchorage
27. Anchorage
28. Anchorage
29. Anchorage
30. Anchorage
31. Anchorage
32. Anchorage
33. Anchorage
34. Anchorage
35. Anchorage
36. Anchorage
37. Anchorage
38. Anchorage
39. Anchorage
40. Anchorage
41. Anchorage
42. Anchorage
43. Anchorage
44. Anchorage
45. Anchorage
46. Anchorage
47. Anchorage
48. Anchorage
49. Anchorage
50. Anchorage
51. Anchorage
52. Anchorage
53. Anchorage
54. Anchorage
55. Anchorage
56. Anchorage
57. Anchorage
58. Anchorage
59. Anchorage
60. Anchorage
61. Anchorage
62. Anchorage
63. Anchorage
64. Anchorage
65. Anchorage
66. Anchorage
67. Anchorage
68. Anchorage
69. Anchorage
70. Anchorage
71. Anchorage
72. Anchorage
73. Anchorage
74. Anchorage
75. Anchorage
76. Anchorage
77. Anchorage
78. Anchorage
79. Anchorage
80. Anchorage
81. Anchorage
82. Anchorage
83. Anchorage
84. Anchorage
85. Anchorage
86. Anchorage
87. Anchorage
88. Anchorage
89. Anchorage
90. Anchorage
91. Anchorage
92. Anchorage
93. Anchorage
94. Anchorage
95. Anchorage
96. Anchorage
97. Anchorage
98. Anchorage
99. Anchorage
100. Anchorage
101. Anchorage
102. Anchorage
103. Anchorage
104. Anchorage
105. Anchorage
106. Anchorage
107. Anchorage
108. Anchorage
109. Anchorage
110. Anchorage
111. Anchorage
112. Anchorage
113. Anchorage
114. Anchorage
115. Anchorage
116. Anchorage
117. Anchorage
118. Anchorage
119. Anchorage
120. Anchorage
121. Anchorage
122. Anchorage
123. Anchorage
124. Anchorage
125. Anchorage
126. Anchorage
127. Anchorage
128. Anchorage
129. Anchorage
130. Anchorage
131. Anchorage
132. Anchorage
133. Anchorage
134. Anchorage
135. Anchorage
136. Anchorage
137. Anchorage
138. Anchorage
139. Anchorage
140. Anchorage
141. Anchorage
142. Anchorage
143. Anchorage
144. Anchorage
145. Anchorage
146. Anchorage
147. Anchorage
148. Anchorage
149. Anchorage
150. Anchorage
151. Anchorage
152. Anchorage
153. Anchorage
154. Anchorage
155. Anchorage
156. Anchorage
157. Anchorage
158. Anchorage
159. Anchorage
160. Anchorage
161. Anchorage
162. Anchorage
163. Anchorage
164. Anchorage
165. Anchorage
166. Anchorage
167. Anchorage
168. Anchorage
169. Anchorage
170. Anchorage
171. Anchorage
172. Anchorage
173. Anchorage
174. Anchorage
175. Anchorage
176. Anchorage
177. Anchorage
178. Anchorage
179. Anchorage
180. Anchorage
181. Anchorage
182. Anchorage
183. Anchorage
184. Anchorage
185. Anchorage
186. Anchorage
187. Anchorage
188. Anchorage
189. Anchorage
190. Anchorage
191. Anchorage
192. Anchorage
193. Anchorage
194. Anchorage
195. Anchorage
196. Anchorage
197. Anchorage
198. Anchorage
199. Anchorage
200. Anchorage
201. Anchorage
202. Anchorage
203. Anchorage
204. Anchorage
205. Anchorage
206. Anchorage
207. Anchorage
208. Anchorage
209. Anchorage
210. Anchorage
211. Anchorage

211 SEZIONE 5. IL TURISMO NELL'AMERICA

LE RISORSE TURISTICHE

Nelle unità degli stati del mondo ci sono delle carte tematiche che evidenziano le risorse turistiche del territorio.

GALLERIA DI IMMAGINI

A completamento della lezione "Le risorse turistiche" di ogni stato del mondo c'è una galleria di immagini accessibile direttamente con lo smartphone tramite l'applicazione Guarda!

ITINERARI

Per sviluppare le competenze necessarie alla progettazione di itinerari, troverai per alcuni stati del mondo percorsi descritti tappa per tappa e arricchiti da attività operative.

VERIFICHE DI FINE UNITÀ

CONOSCENZE

1. COMPRENDERE LE CONSIDERAZIONI DI BASE

Rispondere alle seguenti domande per fare le conoscenze principali delle unità 12, 13, 14, 15 e 16.

2. COMPRENDERE LE RELAZIONI LOGICHE TRA QUELLE DI CAUSA-EFFETTO, INDIVIDUALE E COMPLESSIVE

3. L'unità 12 è composta da 10 capitoli, 10 termini e 10 verifiche.

4. ACQUISIRE IL LESSICO SPECIFICO

5. Verificare dei seguenti termini:

• Alpinismo

• Hiking

• Trekking

• Mountaineering

• Mountaineer

• Pad pod

• Sait

• Sume

• Walk

• Whist

• Wind

• Yacht

• Zipline

• Zonotrope

6. COMPRENDERE LE RELAZIONI LOGICHE TRA QUELLE DI CAUSA-EFFETTO, INDIVIDUALE E COMPLESSIVE

7. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

8. Una regione della Francia è:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

9. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

10. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

11. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

12. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

13. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

14. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

15. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

16. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

17. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

18. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

19. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

20. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

21. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

22. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

23. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

24. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è:

a. Copenaghen.

b. Gerasaemone.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione del Canada ha una vocazione ad alto mare:

a. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

b. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

c. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

d. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

e. Chiedi di lire è un importante centro turistico italiano.

25. Comprendere le relazioni logiche tra quelle di causa-effetto, individuale e complessive

26. Una località turistica della Gran Bretagna, nota per le sue bellezze naturali, è:

a. Gerasaemone.

b. Copenaghen.

c. Petros.

d. Roma.

e. Una regione dell'India è: