

## Tanítási tervezet

Az óra időpontja: 2018. 04. 18., 10:00

Iskola, osztály: ELTE Trefort Ágoston Gyakorló Gimnázium, 8. a

Iskola neve és címe: ELTE Trefort Ágoston Gyakorló Gimnázium, 1088 Budapest, Trefort utca 8.

Tanít: Pásztor Dóra

Témakör megnevezése: Magyarország társadalomföldrajza

Tanítási egység (téma) címe: Turizmus, idegenforgalom hazánkban

Az óra (jellemző) típusa: Új ismereteket feldolgozó és készségfejlesztő óra

### 1. Tantervi követelmények

#### 1.1. A tanítási óra oktatási céljai:

A diákok megismerkednek hazánk idegenforgalmával, a belföldi és nemzetközi turizmus jelentőségével, illetve a turizmus típusaival.

#### 1.2. A tanítási óra képzési, fejlesztési céljai:

A tanítási óra fő képzési célja a közös munka során a konstruktív együttműködés fejlesztése. Emellett fontosnak tartom az érvelési készségek, a szövegalkotás és a kreatív írás használatát, mely megkönnyíti a feldolgozandó tananyag rögzítését.

#### 1.3. A tanítási óra nevelési céljai:

Együttműködésre nevelés, és hazánk értékeinek megismerése, kulturális és természeti értékvédelem.

#### 1.4. Oktatási követelmények:

a. Fogalmak: szolgáltató szféra, idegenforgalom, belföldi turizmus, nemzetközi turizmus, hivatásturizmus, szabadidős turizmus, üdülőturizmus, falusi turizmus, gyógyturizmus, rendezvényturizmus, ökoturizmus, vallási turizmus, bevásárlóturizmus, világörökség

- új fogalmak: idegenforgalom, belföldi turizmus, nemzetközi turizmus, hivatásturizmus, szabadidős turizmus, üdülőturizmus, falusi turizmus, gyógyturizmus, rendezvényturizmus, ökoturizmus, vallási turizmus, bevásárlóturizmus, világörökség

- megerősítendő fogalmak: szolgáltató szféra, idegenforgalom

b. Folyamatok: A nemzetközi turizmus alakulása a küldő országok szempontjából.

- új folyamatok: A nemzetközi turizmus alakulása a küldő országok szempontjából.

- megerősítendő folyamatok: A turizmus gazdasági hozzájárulása.

- c. Összefüggések: A turisztikai célpontok választási gyakorisága típus szerint.
- d. Megfigyelések, vizsgálatok, kísérletek: Diagram-elemzés
- e. Fejlesztendő készségek, kompetenciaterületek: Érvelés, kreatív gondolkodás
- f. Főbb tanulói tevékenységek: Turisztikai célpontok választása és érvelés mellette csoportmunkában, adatsorok elemzése, drámapedagógiai eszközök alkalmazása.

## **2. Szemléltető és munkaeszközök**

Hagyományos tábla és kivetítő. Feladatlapok. Szövegek az egyes csoportoknak a turizmus típusairól.

## **3. Felhasznált irodalom**

Makádi Mariann: Földönjáró. Módszertani kézikönyv 1-2., Stiefel kiadó, Bp. 2006.  
KSH: Jelentés a turizmus és vendéglátás 2016. évi teljesítményéről

## **4. Mellékletek jegyzéke**

PPT

Feladatlapok

Videó

**Az óra felépítése**

<b>Idő</b>	<b>Az óra menete</b>	<b>Didaktikai mozzanat</b>	<b>Módszer</b>	<b>Munkaforma</b>	<b>Eszköz</b>
0-2'	Adminisztráció, köszöntés.	---	---	---	---
2-9'	A gyerekek 7 db 5 fős csoportban ülnek. Minden csoport kigondol egy magyarországi települést, amelyet javasol osztálykirándulás céljából. Emellé mondanak egy érvet is, hogy miért érdemes odamenni. Az ötletek felkerülnek a táblára.	Ráhangolódás	Munkáltató módszer	Csoportmunka	Hagyományos tábla
9-14'	A felírt települések alapján megbeszéljük, hogy melyik látogatás milyen célból történhet, és ehhez képest, ha külföldi ismerőseink jönnek Magyarországra, őket hova vinnénk. → Jegyzetkészítés: belföldi és nemzetközi turizmus. Szemléltető eszköz: két településlista kikerül a gyerekek településlistája mellé, az egyik a belföldi turizmus által preferált helyszínek, a másik a külföldiek által preferáltak.	Új ismeretek szerzése (fogalmak bevezetése)	Megbeszélés	Frontális megbeszélés	Kivetítő (belföldi és nemzetközi turizmus) + csomagolópapír a településlistákról, blutech (1. melléklet)
'14-20	A nemzetközi turizmus taglalása. Instagramos posztokat vetíték ki, melyeket olyan emberek küldhettek, akiknek az anyaországából jelentős mennyiségű turista érkezik (Németo., UK, Ausztria, Cseho., Olaszo., USA). Minden állampolgár küld egy képet egy magyarországi helyszínről, és egy saját állambeli helyszínről. A gyerekek sorban felírják egy lapra, hogy melyiket milyen nemzetiségűek küldhették, majd a lapokat továbbadják a következő csoportnak, és egymás válaszait pipálják az ellenőrzés során.	Korábbi ismeretek felelevenítése	Munkáltató módszer	Közös- és csoportmunka	Kivetítő, lapok a gyerekeknek.
'20-23	Jegyzetkészítés: Kik és mennyien érkeznek Magyarországra évente. Idegenforgalmi és nem idegenforgalmi célok. Szemléltető eszközként	Új ismeretek szerzése, rögzítése.	Magyarázat	Frontális magyarázat	Kivetítő

	diagramok				
'23-33	Minden csoport kap egy turizmustípust (hivatás-, gyógy-, öko-, városnéző-, üdülő-, rendezvény-, bevásárlóturizmus), és írnia kell egy reklámszöveget (mint utazási iroda), melyből kiderül, hogy kiknek és hova szól az ajánlat. Ehhez megkapják az adott turizmus típusának a leírását.	Szövegértelmezési készség és kreatív gondolkodás alkalmazása.	Munkáltató módszer	Csoportmunka	Feladatlapok.
'33-35	A típusok összefoglalása képekkel.	Ismeretek rögzítése	Magyarázat	Frontális magyarázat	Kivetítő
'35-37	Az óra elején felírt településekre reflektálás, ők milyen típusú helyeket választottak.	Ismeretek rögzítése	Megbeszélés	Frontális megbeszélés	Hagyományos tábla
'37-45	Reflexió. A végén egy videó levetítése képekkel, melyeken magyarországi turisztikai célpontok láthatók. A feladat, hogy a csapatok minél többet felírjanak maguknak sorrendben (a képek meg vannak számozva), és egymásét ellenőrzik.	Összefoglalás, reflektálás	Munkáltató módszer	Csoportmunka	Kivetítő: videó.

## Melléletek

### 1. melléklet

2. táblázat

**Magyarország legnépszerűbb városai a vendégéjszakák száma alapján, 2016**

(ezer)

Sor-szám	Település	Belföldi-vendég-éjszaka	Sorszám	Település	Külföldi-vendég-éjszaka
1.	Budapest	1 128	1.	Budapest	8 195
2.	Hajdúszoboszló	604	2.	Hévíz	636
3.	Siófok	555	3.	Bük	437
4.	Hévíz	420	4.	Hajdúszoboszló	331
5.	Zalakaros	382	5.	Sárvár	296
6.	Balatonfüred	367	6.	Balatonfüred	256
7.	Eger	325	7.	Siófok	218
8.	Gyula	312	8.	Győr	180
9.	Miskolc	284	9.	Eger	125
10.	Sopron	273	10.	Szeged	119

### 2. melléklet – A turizmus típusai

#### 1. Business Travel Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség a **hivatásturizmushoz**:

Az idegenforgalom fontos része a hivatásturizmus. Hazánkban évente több mint ezer konferenciát tartanak, a turisták közül ezek résztvevői költik el a legtöbb pénzt utazásuk során. Főként az üzleti szférában dolgozók vesznek részt ilyen jellegű utazásokon, előadásokra, kiállításokra, konferenciákra járnak.

1. konferenciaturizmus
2. üzleti utazások
3. diplomáciai utazások

#### 2. Nincs Több Reuma Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség a **gyógyturizmushoz**:

Az egészségturizmus vagy gyógyturizmus köznapi kifejezés, amely az idegenforgalomnak azt a speciális formáját írja le, amely során orvosi kezelés illetve műtét elvégzése céljából egy másik országba utazik a vendég, ugyanakkor a célországban annyi időt tölt, mintha vakációzna. Az ilyen típusú idegenforgalom legfontosabb indítéka az anyagi megtakarítás. A gyógyturizmusnak az egészség megőrzése vagy betegségek kezelése a célja. Külföldön is régóta népszerűek gyógyfürdőink (Budapest, Hévíz, Hajdúszoboszló, Gyula).

### 3. Zöldellő Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség az **ökoturizmushoz**:

Az ökoturizmus lényege a minél kisebb környezetterhelés. Elsősorban hegységekbe, nemzeti parkokba irányul és környezettudatos közlekedéssel (pl. kerékpározás) kapcsolódik össze.

*„Az ökológiai turizmus, vagy »ökoturizmus« a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz való juttatásával.”*

### 4. Big City Life Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség a **városnéző turizmushoz**:

A városlátogatások és körutazások főbb helyszínei történelmi emlékekben gazdag településeink (pl. Sopron, Eger). A kulturális turizmus is gyakran városokhoz köthető. Múzeumok, várak, kastélyok, emlékhelyek felkeresését foglalja magában, ezek vonzereje határainkon túlra is elér.

### 5. Üdítő Üdültető Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség az **üdülőturizmushoz**:

A szabadidős turizmus legelterjedtebb formája az üdülőturizmus, főként a tó- vagy folyópartokon (Balaton, Velencei-tó, Tisza-tó). Magyarországon különösen népszerűek a vízparti nyaralóhelyek. Az utóbbi időben a turisták a dél-alföldi régió tanyáira is felfigyeltek, ahol a legendás pusztai romantikát és a természet közelségét élvezhetik. A turisták ellátását sok helyütt a falusi vendéglátás segíti.

### 6. Partytime Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség a **rendezvényturizmushoz**:

A rendezvényturizmus óriási tömegeket mozgat meg egy-egy zenei, sport vagy kulturális esemény kapcsán. Azokat a tevékenységeket foglalja magába, amelynek megszervezésére szakértő szervezőre van szükség, például bálók, sportesemények, kongresszusok. Rendezvénynek nevezünk például egy esküvőt, művészeti kiállítást, fesztivált is. A rendezvény társadalmi, csoportos tevékenység lehet egy szűkebb családi kör, de állhat több százezres tömegeből is.

### 7. Telekosár Utazási Iroda

Írjátok meg az utazási irodátok kreatív reklámját, legyen benne, hogy kiknek szól, és milyen szolgáltatásokat nyújtotok!

Egy kis segítség a **bevásárlóturizmushoz**:

A bevásárló-turizmus során a turizmusban résztvevők elsősorban áruk vásárlására és szolgáltatások igénybevételére érkeznek a meglátogatott helyre. Kialakulásának alapvető oka az egyes országok árviszonyaiban meglévő különbségek. Magyarországon jellemző az osztrák, a szerb, a román és az ukrán bevásárló-turizmus.