

## Esame di Stato di istruzione secondaria superiore

### Indirizzo Turismo

## TEMA DI DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI E LINGUA INGLESE

### DISCIPLINE TURISTICHE E AZIENDALI

#### **Premessa**

Oggi il tempo destinato ai viaggi e alla vacanza in generale è aumentato, insieme alle aspettative dei consumatori. I comportamenti di consumo dei turisti, sono sempre più eterogenei per l'affermarsi di nuovi stili di vita che privilegiano la ricerca di relazioni sociali, il bisogno di accettazione sociale, il desiderio di riprendere un rapporto con l'ambiente e con il proprio corpo, l'importanza e il valore del tempo libero, inteso come momento esclusivo di gratificazione e di soddisfazione personale. Perciò l'inevitabile risposta ai cambiamenti è la diversificazione dell'offerta turistica. Le start up sono una delle risposte, poiché possono proporre nuove soluzioni ai tempi che cambiano, senza dimenticare che assumono ancora più importanza le competenze gestionali-finanziarie del management o della proprietà in una piccola impresa.

Le principali operazioni di gestione riguardano operazioni di finanziamento, che servono per procurare i capitali necessari per effettuare gli investimenti, con cui l'impresa acquista fattori produttivi per lo svolgimento dell'attività; operazioni di trasformazione, tramite le quali l'azienda turistica combina i fattori produttivi per ottenere servizi; operazioni di cessione, cioè la vendita dei servizi turistici prodotti; operazioni di rimborso (o di remunerazione), con cui l'impresa restituisce ai terzi i finanziamenti ottenuti, paga gli interessi dovuti e distribuisce ai soci i guadagni.

Inoltre, nelle imprese, la produzione deve essere organizzata in modo da ottenere delle sinergie, che consentano risparmi di tempo e di risorse finanziarie, impiegabili quindi in maniera più redditizia.

Altrettanto importante è la gestione del personale. Anzi, per le imprese appartenenti al settore turistico, costrette a misurarsi quotidianamente con il problem solving, le risorse umane rappresentano un fattore estremamente strategico; un'organizzazione del lavoro e una gestione del personale ben programmate facilitano il raggiungimento degli obiettivi aziendali e possono tradursi in un vantaggio competitivo.

### **PRIMA PARTE**

Giovanni e Alessandra hanno deciso di non continuare a lavorare in qualità di dipendenti nell'ADV "MilAbile", poiché l'attività sarà delocalizzata. Hanno, quindi, pensato di diventare imprenditori aprendo una nuova agenzia di viaggi, forti della loro esperienza nel settore.

Sono molto motivati e desiderano mettersi in gioco, migliorare la loro situazione professionale e crearsi un'opportunità di reddito, mettendo a frutto le conoscenze acquisite nel settore della programmazione di viaggi e eventi.

Essi sono consapevoli che la nascita di una nuova impresa trae impulso dalla creatività e dall'intuizione dell'imprenditore, ma affinché la business idea diventi un vero e proprio business di successo non è sufficiente essere creativi e brillanti, occorre anche uno studio attento del mercato, del prodotto che si vorrebbe proporre e dei costi che occorre sostenere.

## A)

I due imprenditori intendono dar vita a un'agenzia di viaggi particolarmente attenta alle esigenze dei consumatori, in grado di offrire servizi turistici a prezzi convenienti ma sempre con un occhio di riguardo alla qualità. Il core business dell'ADV sarà la realizzazione di viaggi a domanda e di escursioni in ambito locale. Inoltre, essi ambiscono a diventare un punto di riferimento per la zona in cui opereranno, sponsorizzando manifestazioni e impegnandosi direttamente in attività sociali.

Giovanni e Alessandra interagiranno con i propri clienti e con quelli potenziali anche con un sito web che, oltre ad essere una vetrina della loro attività, consentirà agli utenti di inserire le proprie esperienze di viaggi e di dialogare con i due imprenditori. Pertanto creeranno un'app per smartphone, affinché il pubblico possa accedere velocemente al sito/blog. Il sito sarà collegato con i principali social network, per cui tutto ciò che sarà inserito sul sito apparirà automaticamente sui network.

L'attività dell'agenzia riguarderà, come già detto, la realizzazione di viaggi a domanda e di escursioni locali, cui si affiancherà la vendita di biglietti di trasporto.

L'organigramma della nuova agenzia prevede anche la presenza di un direttore tecnico che opererà part time. Giovanni si occuperà dei viaggi a domanda e della biglietteria, mentre Alessandra della produzione di escursioni e dei social.

I due soci intendono costituire una società a responsabilità limitata (s.r.l.). La scelta della s.r.l. ha sostanzialmente due motivazioni: il capitale sociale minimo che è piuttosto basso (€ 10.000) e la responsabilità dei soci limitata alle quote sottoscritte.

Infine, hanno deciso di aprire l'agenzia nel quartiere in cui vivono: in questo modo potranno proseguire più facilmente la mission che si sono dati. L'agenzia sarà aperta nel centro del quartiere, in una posizione strategica. Sarà ospitata in un locale di 70 mq con due vetrine prospicienti la via principale e sarà provvista anche di un piccolo bagno e di uno stanzino di 4 mq adibito a magazzino. Il locale sarà preso in affitto.

I dati macroeconomici indicano che nei prossimi anni gli italiani appartenenti alle classi medie saranno più accorti nelle spese e, pur continuando a viaggiare, si orienteranno su prodotti di buona qualità offerti a prezzi interessanti. I turisti di fascia medio-alta, invece, continueranno a richiedere prodotti di elevata qualità.

Al fine di facilitare l'ingresso sul mercato, si offriranno prodotti con un interessante rapporto qualità/prezzo. Si mirerà a creare forti legami con associazioni e scuole con lo scopo di promuovere sul territorio i servizi dell'agenzia.

Il quartiere in cui sarà aperta l'agenzia è una zona prevalentemente residenziale, con alcune imprese commerciali e artigianali. Nei prossimi anni tutta l'area sarà interessata da una riqualificazione urbanistica che ne migliorerà in modo sostanziale la fisionomia.

Un recente studio riguardante il rapporto dei consumatori italiani con le agenzie di viaggi ha evidenziato che:

- le adv sono leader nella distribuzione turistica nel segmento rappresentato dai consumatori di età compresa tra i 35 e i 60 anni;
- la capacità di fidelizzazione è influenzata dalla vicinanza dell'adv al posto di lavoro o all'abitazione dei clienti, dalle abitudini di consumo e dalla maturità dell'utenza;
- la capacità dell'agente di dedicarsi al cliente condiziona in modo determinante la scelta dell'adv da parte dei consumatori;
- le agenzie di viaggi sono spesso preferite ad altri canali per la sicurezza e la convenienza degli acquisti.

Nel quartiere sede dell'agenzia ci sono circa 50.000 abitanti; la loro età media è 48 anni, gli anziani (over 65) sono il 20%; le donne costituiscono il 60% della popolazione; molte sono le coppie giovani; i nuclei familiari sono formati in media da 3 persone; prevalgono gli impiegati con reddito medio e capacità di spesa in linea con quella media nazionale; il 50% dei residenti va regolarmente in vacanza nei mesi estivi, il 20% preferisce scaglionare le vacanze nell'arco dell'anno; quasi tutti utilizzano le agenzie di viaggi per l'acquisto di pacchetti, mentre per l'acquisto dei biglietti aerei e ferroviari ricorrono prevalentemente a Internet.

Nel quartiere c'è un'altra adv che lavora con una clientela di livello medio-alto, che non si occupa dell'organizzazione di viaggi e di escursioni.

All'inaugurazione dell'agenzia si inviteranno albergatori, amministratori locali, dirigenti scolastici, negozianti e artigiani del quartiere, rappresentanti delle associazioni di categoria del turismo e associazioni di quartiere.

Nella fase di lancio saranno inviati comunicati stampa ai più importanti organi di informazione locali. Successivamente, si acquisteranno spazi pubblicitari sul principale quotidiano cittadino.

## **B)**

### **Documento economico-finanziario**

L'istituto di credito ha richiesto il documento economico-finanziario relativo al progetto imprenditoriale poiché deve appurare se l'attività economica che i due soci intendono avviare ha i requisiti di solidità patrimoniale, solvibilità finanziaria e redditività economica.

Per solidità patrimoniale si intende la capacità dell'impresa di assicurare l'equilibrio tra gli impieghi del capitale (investimenti/attività) e le fonti di finanziamento (capitale proprio/di terzi).

La solvibilità finanziaria esprime la propensione dell'azienda a far fronte in maniera tempestiva e puntuale alle proprie obbligazioni finanziarie (pagamento di stipendi e parcelle ai collaboratori, pagamento delle fatture ai fornitori, pagamento degli interessi passivi ai finanziatori, rimborso dei finanziamenti, ecc.).

La redditività economica misura la convenienza del progetto, cioè la capacità dell'impresa di generare il reddito necessario a remunerare gli investimenti effettuati dall'imprenditore meglio di altri tipi di investimento (per esempio l'acquisto di titoli e/o di beni mobili o immobili).

Per condurre l'analisi economico-finanziaria si utilizzano alcuni strumenti specifici, come:

- il piano di start-up;
- il preventivo finanziario;
- la previsione delle vendite;
- il preventivo economico.

### Piano di start-up

<b>SPESE DI START-UP (spese di costituzione)</b>	
Legali	3.000,00
<b>Totale spese di start-up</b>	<b><u>3.000,00</u></b>
<b>FABBISOGNI FINANZIARI CIRCOLANTI DI START-UP</b>	
Necessità di cassa	8.000,00
<b>Totale capitali correnti/capitale circolante</b>	<b><u>8.000,00</u></b>
<b>INVESTIMENTI DI LUNGO TERMINE</b>	
Progettazione e allestimento	18.000,00
Cauzione per l'affitto (n. 3 mensilità di € 1.000 ciascuna)	3.000,00
Pulmino per transfer e escursioni	48.000,00
Sito Internet + app	5.000,00
<b>Totale investimenti di lungo termine</b>	<b><u>74.000,00</u></b>
<b>Totale investimenti e fabbisogno finanziario</b>	<b>85.000,00</b>
<b>CAPITALI DI PROPRIETÀ</b>	
Capitale proprio	60.000,00
<b>Totale capitali di proprietà</b>	<b><u>60.000,00</u></b>
<b>PASSIVITÀ CONSOLIDATE</b>	
Mutuo passivo	25.000,00

<b>Totale passività consolidate</b>	<b>25.000,00</b>
<b>Totale capitali di rischio e passività</b>	<b>85.000,00</b>

### Preventivo finanziario

Spese di costituzione	3.000,00	<b>Capitale proprio</b>	60.000,00
Progettazione e allestimento	18.000,00	<b>Capitale di terzi</b>	25.000,00
Pulmino per transfer e escursioni	48.000,00		
Sito web e app	5.000,00		
Cauzione per l'affitto	3.000,00		
<b>Capitale fisso</b>	<b>77.000,00</b>		
<b>Capitale circolante</b>	<b>8.000,00</b>		
<b>Totale fabbisogno finanziario</b>	<b>85.000,00</b>	<b>Totale fonti di finanziamento</b>	<b>85.000,00</b>

### Previsioni di vendita 1° anno

<b>VIAGGI A DOMANDA</b>		
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Ricavo (Q x PM)
1.000	350,00	350.000,00

<b>ESCURSIONI A DOMANDA</b>		
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Ricavo (Q x PM)
1.000	70,00	70.000,00

<b>BIGLIETTERIA</b>			
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Incasso (Q x PM)	Commissione media 7% sul venduto
3.000	50,00	150.000,00	10.500,00

## Preventivo economico 1° anno

<b>A) Ricavi</b>	
Viaggi propri	350.000,00
Escursioni	70.000,00
Commissioni su biglietteria	10.500,00
Ricavi diversi	14.348,00
<b>Totale ricavi</b>	<b>444.848,00</b>
<b>B) Costi</b>	
Costi prodotti propri	252.000,00
Personale (direttore tecnico € 1.500 stipendio lordo medio x 14 mensilità + stipendio soci)	139.000,00
Materiale di consumo	500,00
Spese telefoniche (€ 80 per bimestre)	480,00
Spese di energia elettrica (€ 70 per bimestre)	420,00
Spese di inaugurazione	300,00
Spese condominiali (€ 100 mensili)	1.200,00
Canone GDS	1.500,00
Affitto	12.000,00
Pubblicità (24 inserzioni a € 200 cadauna)	4.800,00
Manutenzioni e riparazioni	2.000,00
Ammortamento investimento iniziale (20% su € 74.000, capitale fisso – cauzione affitto)	14.800,00
Accantonamento per TFR	2.148,00
Spese amministrative	500,00
Assicurazioni	1.200,00
<b>Totale costi</b>	<b>432.848,00</b>
<b>C) Reddito operativo (A-B)</b>	<b>12.000,00</b>
Interessi passivi	1.550,00
<b>D) Utile al lordo delle imposte</b>	<b>10.450,00</b>
Imposte dirette (45%)	4.702,50
<b>E) Utile netto</b>	<b>5.747,50</b>

## • Calcolo del ROI e del ROE (1° anno)

$ROI = (\text{Reddito operativo} : \text{Capitale investito}) \times 100 = € (12.000 : 85.000) \times 100 = 14,12\%$   
 Questo significa che ogni 100 euro di capitale investito nell'azienda produce un reddito operativo di 14,12 euro.

Il ROI è abbastanza elevato e consente di finanziare gli investimenti anche con capitali di credito. Infatti, il costo dei prestiti bancari è poco meno della metà del valore dell'indice.

$ROE = (\text{Utile netto} : \text{Capitale proprio}) \times 100 = € (5.747,50 : 60.000) \times 100 = 9,58\%$   
 Questo significa che ogni 100 euro di capitale proprio investito fruttano 9,58 euro di utile netto.

Il ROE è più che discreto, poiché ha un valore molto più alto dei rendimenti medi dei titoli di Stato.

Per il secondo anno Giovanni e Alessandra hanno previsto di assumere un giovane part time, retribuendolo con uno stipendio lordo di 1.600 euro mensili, di incrementare la vendita di viaggi a domanda del 20% e le escursioni del 30%. Inoltre, è loro intenzione vendere anche viaggi di alcuni tour operator italiani, che si occupano principalmente di incoming, nella misura del 40% dei loro viaggi a domanda e con un prezzo medio di 500 euro.

## Previsioni di vendita 2° anno

VIAGGI A DOMANDA		
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Ricavo (Q x PM)
1.200	350,00	420.000,00

ESCURSIONI A DOMANDA		
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Ricavo (Q x PM)
1.300	70,00	91.000,00

BIGLIETTERIA			
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Incasso (Q x PM)	Commissione media 7% sul venduto
3.000	50,00	150.000,00	10.500,00

VIAGGI DEI TOUR OPERATOR			
Quantità (Q)	Prezzo medio (PM)	Incasso (Q x PM)	Commissione media 10% sul venduto
480	500,00	240.000,00	24.000,00

### Preventivo economico 2° anno

<b>A) Ricavi</b>	
Viaggi propri	420.000,00
Escursioni	91.000,00
Commissioni su biglietteria	10.500,00
Viaggi dei tour operator	24.000,00
<b>Totale ricavi</b>	<b>545.500,00</b>
<b>B) Costi</b>	
Costi prodotti propri	315.000,00
Personale (direttore tecnico € 1.500 stipendio lordo medio x 14 mensilità + stipendio soci + 1 stipendio part time)	161.400,00
Materiale di consumo	500,00
Spese telefoniche (€ 80 per bimestre)	480,00
Spese di energia elettrica (€ 70 per bimestre)	420,00
Spese condominiali (€ 100 mensili)	1.200,00
Canone GDS	1.500,00
Affitto	12.000,00
Pubblicità (24 inserzioni a € 200 cadauna)	4.800,00
Manutenzioni e riparazioni	2.000,00
Ammortamento investimento iniziale (20% su € 74.000, capitale fisso – cauzione affitto)	14.800,00
Accantonamento per TFR	2.148,00
Spese amministrative	500,00
Assicurazioni	1.200,00
<b>Totale costi</b>	<b>517.948,00</b>
<b>C) Reddito operativo (A-B)</b>	<b>27.552,00</b>
Interessi passivi	1.550,00



D) Utile al lordo delle imposte	26.002,00
Imposte dirette (45%)	11.700,90
E) Utile netto	14.301,10

#### • Calcolo del ROI e del ROE (2° anno)

ROI = (Reddito operativo : Capitale investito) x 100 = € (27.552 : 85.000) x 100 = 32,41%  
Questo significa che ogni 100 euro di capitale investito nell'azienda produce un reddito operativo di 32,41 euro. Il ROI relativo al secondo anno è molto elevato, è più del doppio di quello del primo anno.

ROE = (Utile netto : Capitale proprio) x 100 = € (14.301,10 : 60.000) x 100 = 23,84%  
Questo significa che ogni 100 euro di capitale proprio investito fruttano 23,84 euro di utile netto.

Il ROE relativo al secondo anno è più del doppio di quello del primo anno.

## SECONDA PARTE

### 1.

Al fine di dare un giudizio sull'equilibrio della struttura patrimoniale e finanziaria della nuova impresa di viaggi, si ricorre al calcolo di alcuni indici (ratios). Gli indici patrimoniali valutano la composizione e l'equilibrio degli impieghi e delle fonti, mentre gli indici finanziari valutano la capacità dell'impresa di far fronte agli impegni finanziari senza compromettere l'equilibrio economico della gestione. Qui di seguito i principali indici patrimoniali relativi alla nuova attività imprenditoriale.

**Rigidità degli impieghi** = (Attivo immobilizzato : Totale Impieghi) x 100 =  
= € (77.000 : 85.000) x 100 = 90,59%

Il 90,59% degli impieghi sono composti da capitale fisso, questo dato non è in linea con quello del settore, ma è giustificato dal fatto che siamo in una fase di costituzione ed è quindi abbastanza normale che le immobilizzazioni prevalgono sul capitale circolante.

**Elasticità degli impieghi** = (Attivo circolante : Totale Impieghi) x 100 =  
= € (8.000 : 85.000) x 100 = 9,41%

L'attivo circolante è appena il 9,41% degli impieghi, è troppo basso, per cui l'impresa potrà avere, almeno in una fase iniziale, problema di liquidità.

**Dipendenza dal capitale di terzi** = (Capitale di terzi : Totale fonti) x 100 =  
= € (25.000 : 85.000) x 100 = 29,41%

Il capitale di terzi è il 29,41% delle fonti, un dato molto positivo, questo significa che l'azienda è eccessivamente indebitata.

**Grado di autonomia finanziaria** =  $(\text{Capitale proprio} : \text{Totale fonti}) \times 100 =$   
 $= € (60.000 : 85.000) \times 100 = 70,59\%$

L'indice ci dice che tra le fonti di finanziamento prevale il capitale proprio. Il dato è molto positivo perché gli investimenti sono finanziati quasi per il 71% dal capitale proprio.

I principali indici finanziari presi in esame dai due soci sono quelli qui di seguito riportati.

**Leverage** =  $\text{Totale impieghi} : \text{Capitale proprio} = € (85.000 : 60.000) = 1,42$

L'indice della leva finanziaria è buono, poiché è inferiore a 2. Ci dice, infatti, che per ogni euro di capitale proprio sono stati investiti 1,42 euro.

**Autocopertura delle immobilizzazioni** =  $\text{Capitale proprio} : \text{Attivo immobilizzato} = € (60.000 : 77.000) = 0,78$

L'indice di auto copertura è accettabile e, nel caso specifico, indica che il 78% delle immobilizzazioni sono coperte da capitale proprio.

**Copertura generale delle immobilizzazioni** =  $(\text{Capitale proprio} + \text{Passività consolidate}) : \text{Totale impieghi} = € (60.000 + 25.000) : 85.000 = 1$

Il capitale fisso è totalmente coperto dal capitale proprio e dai debiti a lungo termine. Siamo in una situazione ottimale.

Analizzando i principali indici patrimoniali e finanziari della nuova impresa, e tenendo conto degli indici economici del 1° e del 2° anno, si può dire che l'impresa nasce sotto i migliori auspici, anche se il suo capitale circolante è piuttosto basso. Molto probabilmente i due soci dovranno ricorrere, almeno nei primi due anni, a forme di finanziamento a breve termine.

## 2.

La tariffazione di un viaggio a domanda di gruppo avviene secondo le stesse modalità dei viaggi da catalogo. Le imprese di viaggi che producono viaggi a domanda di gruppo ottengono prezzi scontati dai fornitori, fatta eccezione per il trasporto aereo, effettuato solitamente con servizi di linea.

Per i viaggi di gruppo, le imprese di viaggi ottengono dai fornitori delle tariffe confidenziali. In rari casi può capitare che in un preventivo siano presenti anche tariffe

piene, che quindi danno diritto ad una commissione. In questo caso, l'impresa di viaggi ricaricherà il mark up sul totale dei costi al netto delle tariffe piene.

Una volta determinato il prezzo, l'impresa di viaggi deve calcolare il break-even point. In questo modo, l'agenzia individua il numero minimo di partecipanti che consente il pareggio dei costi con i ricavi.

Se il BEP dovesse essere troppo alto, l'azienda dovrà aumentare il prezzo, ponendo molta attenzione alla concorrenza e alla capacità di spesa dei componenti del gruppo.

## LINGUA INGLESE

### Part 1 – Comprehension and Interpretation

1. The major aim of the UNWTO and Globalia Competition is to  
C) select innovative ideas capable of transforming the tourism industry
2. One of the pillars of the competition can be considered that of  
B) highlighting projects promoting sustainable tourism
3. The role of the YouNoodle platform as regards the competition is to  
D) reach more prospective applicants and simplify the registration process
4. According to the UNWTO Secretary-General Zurab Pololikashvili what is the overall aim of innovating and investing in the tourism industry?

According to Zurab Pololikashvili, the aim of innovating and investing in the tourism industry is to create high-quality package tours, ameliorate the control of tourism, spread the concept of tourism sustainability. Through these policies new job opportunities and chances may be created and developed.

5. The graph shows a significant increase in the amount of investments in innovative travel startups from 2005. Analyse the trend from 2010 onward. What does this trend coincide with in relation to the founding of new startups over the same period?

Analysing the graph, we can observe that the trend of the number of companies founded in relation to the founding of new startups is inversely proportional.

## Part 2 – Written production

### QUESTION 1      SICILY OF THE LEOPARD

Traditions, culture and folklore

Sicily is the cradle of the history of the Mediterranean where Phoenicians, Greeks, Romans, Byzantines, Arabi and Normans left their traces of their splendid civilizations.

If you love the novel or the movie “Il Gattopardo”, this trip is for you. Through the eyes of the Leopard, you will tour Sicily, a region pervaded by bitter, romantic nostalgia.

The first day will be dedicated to Palermo. Palermo is the city where Tomasi di Lampedusa was born, lived, even if he often went away from it, and where he wrote his masterpiece. The city benefits from a Mediterranean climate and is famous for gastronomy, its Romanesque, Gothic and Baroque architecture. After the visit of the most important landmarks (Square of Shame, La Martorana, the impressive Cathedral and the Norman Palace), we will visit the last residence of Tomasi di Lampedusa and the palace where the famous dance in the film was set. Free time at the Ballarò, one of the oldest markets of the city.

The second day will be dedicated to Ville di Bagheria with their magnificent architectures and views still preserved as at the time in which Goethe visited them. Visit to Villa Palagonia, known as Villa of the Monsters, one of the most famous historical residences in the city. Planned during the 18th century, it became the destination of the Grand Tour Travellers and it was known as the “most original place of the world” and a place famous all over Europe.

The third and fourth days will be in the Eastern Sicily, with a palace in Catania visited by Goethe, a luxuriant garden created in the last fifty years by the owners, palaces and gardens between Syracuse and baroque cities of Val di Noto. Syracuse was once owned by the Greeks and was considered more important and beautiful than Athens. Many ancient sites remain, including an impressive Greek theatre.

The fifth day we will stop at Mount Etna characterized by its black solidified lava on the slopes. Etna is called a “friendly volcano” because its eruptions are not explosive. Typical lunch where you will be able to taste arancini, Pasta alla Norma, the best representation of Sicilian cuisine making the most of local tomatoes, aubergines, garlic, basil and *ricotta salata*. You cannot leave Sicily without tasting cassata, a sponge cake flavoured with chocolate, citrus fruits, marzipan and a sweetened ricotta cream.

The tour takes place every Tuesday from May to September. A minimum number of 20 participants is required.

The price includes: return charter flight from Gatwick airport; 4 nights half-board in four-star hotels; 1 typical lunch; private transfers by coach; entrance tickets; English-speaking guide.

## QUESTION 2      SCHOOL 2.0

Teaching methods have changed significantly over the years. Before the introduction of the computer and the new technologies, education was delivered through recitation and memorisation techniques, whereas the modern way of doing things involves interactive methods. Students used to sit in silence, listen to the teacher and that meant that they were not developing their critical thinking, problem solving and decision-making skills.

Traditional learning was based on books, papers and pens. Books were the only source of information and studying languages, for example, was much more difficult than today. Nowadays we live in the Information Age. Computers connected to the Internet allow us to gather information quickly about almost everything. With a simple click we are able to know the details of historical events, biographies, sources of quotations, and so on. Computers are not the only tools in the classrooms. From primary schools onwards students have the possibility to use tablets, watching videos and listening to audios.

However, all this information, if it has to be useful to us, must be processed, that is understood, sorted for relevance, checked for accuracy and compared to other sources of information, organized in a coherent way. This is where logical and critical thinking come in. But how can information and facts enrich our lives and help us to manage our practical matters?

The key is learning experience and this occurs when learning takes place, both in traditional academic settings (schools, classrooms) or nontraditional settings (outside-of-school locations, outdoor environments). Through experience you learn skills difficult to develop in a classroom such as self-reliance, interpersonal skills, problem-solving, teamwork, etc. Experience gives you the possibility to put into practice what you have learnt, see the real meaning of it, have time to reflect and develop ideas.

In conclusion, learning and experience cannot be separated. There is the type of education we get in school and there are lessons we learn along the way. However, nowadays this should happen at the same time. That means students should learn and apply their knowledge simultaneously, inside and outside the classroom, all without adding extra months or years to their studies. After completing their school career, they are expected to be ready to jump into working life without further training.

(Words: 370)