

	BGF NYTK	C1	Prova orale	
	Lingua italiana – Turismo		30+30 minuti	70 punti

MODELLO

Parte 1: Scelga uno di questi temi e ne faccia una presentazione in 5 minuti.

- A) Le caratteristiche del turismo del benessere in Ungheria
- B) Parli di Roma, grosso centro culturale-religioso.

Parte 2: Faccia l'analisi del documento seguente.

Numero di esercizi alberghieri per categoria

Alberghi	1985	2006
5 stelle e 5 stelle lusso	92	254
4 stelle	1.183	3.950
3 stelle	6.619	17.038
2 stelle	11.636	7.718
1 stella	19.213	4.808
Totale	38.743	33.768

Fonte: La Rivista del Turismo n.2, 2009, p. 54, dati Istat

(A kérdések csak a vizsgáztató példányán szerepelnek.)

- Come è cambiato il numero totale degli alberghi nel periodo compreso dal 1985 al 2006?
- Quali sono le categorie più numerose nei due anni considerati (1985 e 2006)?
- Come si è ricalificata l'offerta nel periodo in esame?
- Che cosa segnala l'evoluzione del settore alberghiero riguardo alle attese della clientela?

Parte 3: Faccia una trattativa personale con un partner italiano.

Studente

Lei lavora come assistente di marketing presso il ristorante rinomato „Mágnáskert” di Budapest. Avete intenzione di organizzare una „Settimana della cucina ungherese” a Milano, l'autunno prossimo.

Svolga delle trattative con il partner italiano (Ristorante Mongolfiera, Milano, Mario/Maria Leonardi) delle possibilità concrete: posto, locale/sala, numero degli ospiti, invitati, prezzi, menù, pubblicità, decorazione, accompagnamenti musicali, ecc.

È Lei che inizia il discorso.

Esaminatore

(A vizsgáztatói szituáció leírása csak a vizsgáztató példányán szerepel.)

Lei è Maria/Mario Leonardi, dirigente del Ristorante Mongolfiera di Milano. Sate svolgendo delle trattative con il partner ungherese (Ristorante Mágnáskert, Budapest) riguardo la “Settimana della cucina ungherese”.

Bisogna chiarire:

- la data precisa – consigli dal 25 settembre al 2 ottobre
- il menù, gli ingredienti necessari, i vini e bevande analcoliche
- la sala: max. capienza è di 80 persone, con tavoli da 4 e da 2 persone
- l'elenco degli invitati, pubblicità, decorazioni
- se vogliono offrire piatti ungheresi sia per pranzo che per cena, o solo per cena.

È lo studente che comincia il discorso.

Parte 4: Traduca in ungherese il testo seguente.

Angelo Volpe

Il ciclo di vita delle località turistiche

Franco Angeli Milano, 2004

Pagine 176, € 13

La teoria del ciclo di vita del prodotto viene introdotta negli studi sul marketing attorno agli anni 50 e viene tuttora utilizzata per creare strategie di vendita ad hoc per prodotti in fase di lancio, maturi o in declino.

Già da tempo si è provato ad applicare al turismo la teoria, con risultati spesso interessanti.

Il contributo di Volpe è volto ad ampliare le implicazioni d'uso del modello e a proporre nuove osservazioni sul suo assetto generale. Il concetto del ciclo di vita aiuta a stimolare la consapevolezza e a comprendere le motivazioni di una fase di ascesa o di declino di una destinazione e a formulare le opportune strategie di promozione o di rilancio, ma non solo. Permette anche di valutare in termini economici gli effetti positivi di uno sviluppo sostenibile, perché, è noto, un enorme successo della destinazione può causare il suo stesso deperimento, senza idonee misure preventive.

Appare quindi essenziale quantificare la velocità di diffusione dell'attività vacanziera e l'impatto negativo che inevitabilmente comporta sulla società accogliente.

La Rivista del Turismo