
Enseigner la mer

Sommaire

3 Introduction

4 LE TOURISME ET SES ESPACES

5 Structure de la séance

7 LE TOURISME ET SES ESPACES

7 FICHE EXPERT 1 Miami, un pôle touristique majeur ?

8 FICHE EXPERT 2 Quelles pratiques touristiques à Miami ?

10 FICHE EXPERT 3 Quelles transformations liées à l'activité touristique

Introduction

La première édition d'*Enseigner la mer* associait, dans un même ouvrage, mise au point scientifique et séquences pédagogiques. Pour la deuxième édition – actualisée, repensée et enrichie – afin de tenir compte des évolutions géopolitiques et économiques, des progrès scientifiques et de l'évolution des programmes, la partie pédagogique est désormais en ligne.

Elle se compose de six séquences pour le collège [quatre en géographie, deux en histoire], de six séquences pour le lycée général et technologique [quatre en géographie, deux en histoire], de deux séquences en géographie pour le lycée professionnel et de scénarii pour les enseignements pratiques interdisciplinaires (EPI). Elle est complétée par un extrait cartographique de l'ouvrage publié dans l'univers Maîtriser de Canopé.

Ces séquences peuvent être mises en œuvre telles quelles ou constituer des bases documentaires pour d'autres leçons et enseignements. Par exemple, les cartes de synthèse réalisées pour la séquence « Mers et océans : un monde maritimisé » peuvent servir de point de départ à la construction de la carte « Les espaces maritimes : approche géostratégique » en terminale.

Nous vous invitons à naviguer pour découvrir et faire vôtre tout ou partie de ces propositions pédagogiques élaborées par des enseignants de l'académie de Rennes.

Tristan Lecoq et Florence Smits
Inspecteurs généraux de l'Éducation nationale

Le tourisme et ses espaces

Auteur : Sandrine Calvez

Structure de la séance

RÉFÉRENCES DU BOEN ET DE LA FICHE ÉDUSCOL

La séquence proposée ici s'inscrit dans la deuxième partie du programme de géographie de la classe de 4^e qui s'intitule « Les mobilités humaines transnationales ». Dans un premier sous-thème, il s'agit d'envisager la diversité des formes de migrations aujourd'hui mais aussi de travailler sur la géographie de ces migrations dans un espace mondialisé en appréhendant la complexité des flux migratoires. Dans le second sous-thème dont il sera question ici, l'accent est mis sur le tourisme et ses espaces. Comme le préconise le programme, la séquence s'organise en deux temps : une étude de cas centrée sur un espace touristique singulier qu'est la ville de Miami qui est aussi le premier port de croisière du monde, suivie d'un temps de mise en perspective.

BOEN spécial n° 11, 26 novembre 2015

Fiche Éduscol : [http://cache.media.eduscol.education.fr/file/Geographie_\(ok\)/05/7/C4_GEO_4_Th3_Espaces_trans-formes_par_mondialisation_558057.pdf](http://cache.media.eduscol.education.fr/file/Geographie_(ok)/05/7/C4_GEO_4_Th3_Espaces_trans-formes_par_mondialisation_558057.pdf)

PRÉSENTATION

NIVEAU	DISCIPLINE	PROBLÉMATIQUE
Classe de 4 ^e	Géographie	Comment le tourisme transforme-t-il les espaces ?

Le tourisme international renvoie à une forme de mobilité particulière liée notamment à l'agrément et qui induit des impacts spatiaux très marqués : comme précisé dans la fiche ressources Éduscol, le tourisme transforme de manière considérable les territoires, la mise en tourisme de certains lieux et la création d'espaces dédiés à cette activité mondialisée. Le tourisme est porteur d'effets économiques, sociaux et territoriaux très importants et en cela il intéresse le géographe qui va apporter son regard spécifique en termes d'analyse spatiale sur ce phénomène qui induit la mobilité et la production d'espace. À petite échelle, il s'agit d'identifier les pôles émetteurs et les pôles récepteurs, à grande échelle, l'étude de cas invite à travailler avec les élèves sur un espace spécifique, elle doit permettre d'appréhender les transformations spatiales liées aux activités touristiques, de travailler sur les pratiques touristiques dans cet espace singulier mais aussi de convoquer différentes échelles : l'échelle locale (la ville et le port de Miami), l'échelle régionale (l'Amérique du Nord, le bassin caraïbe), l'échelle mondiale.

C'est donc un espace qui est à envisager du point de vue des aménagements, des transformations spatiales, économiques, sociales, voire environnementales mais aussi du point de vue des acteurs, des flux inhérents à l'activité touristique et des pratiques.

La transition vers la deuxième partie de la séquence qui est la mise en perspective intervient via un planisphère qui permet de localiser cet espace singulier qu'est le port de croisière de Miami et de le situer dans le cadre des grands pôles émetteurs et récepteurs du tourisme mondial.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

COMPÉTENCES DISCIPLINAIRES

- Se repérer dans l'espace : construire des repères géographiques.
- Analyser et comprendre un document.
- Comprendre le sens général d'un document.
- Extraire des informations pertinentes pour répondre à une question portant sur un document ou plusieurs documents, les classer, les hiérarchiser.
- Pratiquer différents langages en histoire et en géographie.
- Écrire pour construire sa pensée et son savoir, pour argumenter et écrire pour communiquer et échanger.
- Réaliser une production audio-visuelle.
- Coopérer et mutualiser.
- Organiser son travail dans le cadre d'un groupe pour élaborer une tâche commune et/ou une production collective et mettre à la disposition des autres ses compétences et ses connaissances.
- Discuter, expliquer, confronter ses représentations, argumenter pour défendre ses choix.
- Négocier une solution commune si une production collective est demandée.
- Apprendre à utiliser les outils numériques qui peuvent conduire à des réalisations collectives.

COMPÉTENCES DU SOCLE

Domaine 1 : Les langages pour penser et communiquer.

- Comprendre, s'exprimer en utilisant la langue française à l'oral et à l'écrit : s'exprimer à l'écrit et à l'oral, questionner des documents pour construire son propos, se poser des questions et justifier ses réponses.

Domaine 2 : Les méthodes et outils pour apprendre.

- Coopération et réalisation de projets : travailler en équipe, partager des tâches avec mes camarades, dialoguer avec ses camarades, négocier.

Domaine 5 : Les représentations du monde et l'activité humaine.

- Organisations et représentations du monde : lire des paysages, identifier ce qu'ils révèlent des atouts et des contraintes du milieu ainsi que de l'activité humaine, passée et présente.
- Établir des liens entre l'espace et l'organisation des sociétés.

NOTIONS, VOCABULAIRE, CONNAISSANCES À MAÎTRISER

Aménagement/flux touristiques/infrastructures/tourisme/touriste/tourisme balnéaire

Quel impact le tourisme a-t-il sur Miami ? D'où viennent les touristes qui arrivent à Miami, quels flux cette activité mondialisée génère-t-elle ? Quels sont les espaces desservis par les croisières qui partent de Miami ? Quels espaces de la ville sont-ils concernés par cette activité touristique ? Quels enjeux cette activité touristique porte-t-elle d'un point de vue économique, social, environnemental ?

Il a été choisi pour cette étude de cas de privilégier une seule échelle afin d'analyser les effets spatiaux de manière détaillée.

DURÉE

Une étude de cas de deux heures.

SÉANCE

Objectif : réaliser une production graphique doublée d'un commentaire audio illustrant l'impact de l'activité touristique à Miami.

SUPPORTS DE TRAVAIL

Tous les groupes reçoivent une fiche scénario (Annexe 1), un schéma à compléter format A3 (Annexe 2) ainsi qu'une grille d'évaluation formative (Annexe 3). En fonction du thème qu'il aura à travailler, chaque groupe d'experts dispose d'un dossier documentaire (certains documents sont communs aux trois dossiers distribués) ainsi qu'une fiche pour les guider dans leur travail.

Le tourisme et ses espaces

FICHE EXPERT 1	MIAMI, UN PÔLE TOURISTIQUE MAJEUR ?	Problématique : quels chiffres montrent que Miami est un pôle touristique majeur ? D'où viennent les touristes qui viennent à Miami ? Pour quelles raisons viennent-ils ? De quels atouts dispose la ville ? Quelles infrastructures permettent l'arrivée et l'accueil des touristes ?
-------------------	--	---

DOCUMENTS EXPERTS 1

DOC. 1 – PLAN DE LA VILLE DE MIAMI

Source : http://images.google.fr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fvazivite.free.fr%2Fusa%2Fcartes%2Fmiami_carte_3.gif&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.vazivite.com%2Fhtml%2Fpratique%2Fcarte%2Fcarte_flo.htm&h=1171&w=758&tbid=kBJZmUXkRibK6M%3A&docid=FkGAZw53SKbR9M&ei=kQI_V5GHD4fWgAbv76DoAg&tbm=isch&client=safari&iact=rc&uact=3&dur=579&page=1&start=0&ndsp=32&ved=0ahUKewjRk70n0-JMAhUHK8AKHe83CC0QMwgfKAewAQ&bih=839&biw=1440

DOC. 2 – VUE SUR MIAMI BEACH

Source : <http://www.gettyimages.co.uk/detail/photo/view-of-beach-royalty-free-image/152578484>

DOC. 3 – LE POIDS DU TOURISME À MIAMI

Le nombre de touristes ayant visité la Floride en 2013 a atteint un chiffre record de 94,7 millions, soit une hausse de 3,5 % par rapport à l'année précédente. Selon des chiffres préliminaires publiés par Visit Florida, l'agence de tourisme de la Floride, 21,9 millions de touristes ont visité l'État du soleil du mois d'octobre à décembre 2013. Parmi ces touristes figurent 11,5 millions venus de l'étranger et 3,7 millions du pays voisin, le Canada, le reste étant constitué de nationaux et de Floridiens (20,1 millions) qui ont effectué des voyages à travers cet État du sud des États-Unis.

Selon le gouverneur de la Floride, 85 touristes qui visitent la Floride créent un poste de travail. Citant les responsables de l'industrie du tourisme, il a fait état d'un nombre record de personnes employées (1,9 million) l'année dernière. Par ailleurs, les recettes brutes des hôtels et des maisons de vacances ont rapporté à l'État de la Floride un total de 159,3 millions de dollars en impôt. Il faut rappeler que l'aéroport international de Miami a accueilli 40 millions de passagers en 2013, un record jamais atteint depuis son ouverture il y a 85 ans. Il s'agit là du quatrième record enregistré de manière consécutive depuis quatre ans. Selon le directeur de Miami-Dade Aviation, Emilio T. Gonzalez, le chiffre de 40 millions de passagers, dont la moitié de passagers internationaux, montre que l'aéroport de Miami est devenu un des hubs* les plus importants dans le monde.

*Hub : grand aéroport, carrefour de communication.

D'après un article publié sur <http://testdns.menara.ma/fr/2014/02/17/1028943-floride-plus-de-94-millions-de-touristes-ont-visite-letat-du-soleil-en-2013-un-record.html>.

DOC. 4 – L'HÔTELLERIE, UN SECTEUR CLÉ POUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

La construction d'un hôtel-résidence : le Brickell Hotel

Source : <http://www.miamicondoinvestments.com/brickell-condos/sls-brickell-hotel-residences-construction-update-photos>.

DOC. 5 – MIAMI BEACH, UN MUSÉE À CIEL OUVERT

Miami Beach est notamment réputée pour son architecture Art déco. La ville a été construite en 1915 au tout début de la période Art déco qui marqua les années 1920-1930. Aujourd'hui le quartier de South Beach est non seulement une attraction pour les amateurs de shopping mais aussi un véritable musée à ciel ouvert avec de nombreux bâtiments classés.

Source : <http://www.miamianbeaches.fr/places-to-see/south-beach-art-deco-district>.

Le tourisme et ses espaces

FICHE EXPERT 2	QUELLES PRATIQUES TOURISTIQUES À MIAMI ?	Problématique : quels atouts font-ils de Miami un pôle touristique majeur ? Qui sont les touristes qui viennent à Miami ? Quelles formes l'activité touristique prend-elle ? Quel impact le tourisme a-t-il sur la ville ?
----------------	--	---

DOCUMENTS EXPERTS 2

DOC. 1 – VUE SUR MIAMI BEACH

Source : <http://www.gettyimages.co.uk/detail/photo/view-of-beach-royalty-free-image/152578484>

DOC. 2 – LE SHOPPING DE LUXE EN PLEIN BOOM À MIAMI

Avec ses plages, ses hôtels chics et sa riche clientèle, Miami est l'une des capitales américaines du luxe et du tourisme, latino-américain notamment, et le théâtre d'une bataille immobilière pour attirer les grandes marques dans de nouveaux ensembles dédiés au shopping. Au bout de la Floride ensoleillée, Miami a accueilli l'an dernier 14 millions de touristes pour au moins une nuit, dont la moitié d'Américains, 5 millions de Latino-Américains et 1,3 million d'Européens. En tête des étrangers figurent les Brésiliens, qui viennent faire leurs emplettes de sacs à main, bijoux et vêtements chics. Chez eux, c'est facilement 40 % plus cher en raison des taxes. Les Brésiliens dépensent plus par tête que n'importe quel autre touriste aux États-Unis. Et si les hôtels et restaurants en profitent, l'immobilier aussi. « Les Brésiliens achètent des biens, comme les Argentins, les Vénézuéliens... pour avoir un endroit sûr où venir passer du temps », note Lyle Stern, spécialiste du développement immobilier. Dans la ville aux palmiers, le tourisme ne cesse de progresser, aidé par une profusion de liaisons aériennes. Une ligne directe avec le Qatar vient même d'être ouverte. Miami est aussi la capitale mondiale des croisières. Onze millions d'Américains en font une chaque année, c'est la moitié du marché mondial.

Pour accueillir ce beau monde, 5 000 chambres d'hôtel sont en construction et 10 000 de plus à l'étude, indique M. Stern, alors que Miami en compte déjà plus de 90 000.

Source : <http://www.ladepeche.fr/article/2014/07/01/1910785-shopping-luxe-plein-boom-miami-paradis-tourisme.html>

DOC. 3 – PUBLICITÉ DE LA COMPAGNIE DE CROISIÈRES CARNIVAL



Bahamas, États-Unis
6 jours / 5 nuits au départ de Miami
à bord du Sensation ★★★★★
Pension Complète

Très Bien
1 Avis Clients **4,0 / 5**

« personnel impeccable affable poli et serviable mention particulière pour le valet de chambre; restauration correcte service agréable mais carte rigide et qualité gustative limitée le menu doit être revu et ... »
Rachid C. 19/04/2011

625 €
Départ le : 30 avril 2016
VOIR LA DISPONIBILITÉ

Itinéraire | Cabines | Activité Bateau | Escales | Photos / Vidéo | Infos Navire | Ponts | Infos Croisière | Avis Clients

Jour	Escales	Arrivée	Départ
1	Miami	-	16:00
2	Navigation	-	-
3	Grand Turk	07:00	14:30
4	Half Moon Cay	09:30	17:30
5	Nassau	07:00	17:00
6	Miami	08:00	-

En savoir plus sur vos escales

DOC. 4 – LE TOURISME DE CROISIÈRES, UNE ACTIVITÉ CLÉ POUR MIAMI

À Miami, l'espace portuaire constitue un centre majeur, en permanence animé par le va-et-vient des paquebots de croisière. Si le trafic de marchandises est loin d'être négligeable (8,3 millions de tonnes en 2001, dont 44 % à l'exportation), l'activité de la croisière assure à Miami la première place mondiale dans ce domaine (4 millions de passagers par an). Deux des quatre grandes compagnies internationales du secteur (Carnival et Royal Caribbean) ont leur siège ici. Cette activité, non seulement fait travailler des secteurs entiers de l'économie du Sud de la Floride (personnel navigant, avitaillement*), mais elle est étroitement liée au transport aérien, qui se charge de rabattre une clientèle venant d'horizons de plus en plus lointains. Les circuits de croisière sillonnent la mer des Caraïbes, des petites Antilles au Yucatan et des Bahamas aux Antilles néerlandaises. Par les voies maritime et aérienne, Miami capte ainsi une large clientèle : touristes en transit provenant d'Orlando et des parcs d'attraction du centre de la Floride, croisiéristes, hommes d'affaires, voyageurs lointains, groupes attirés par l'animation de la vie nocturne de Miami Beach.

*avitaillement : procédure consistant à préparer et fournir des vivres, eau, glace, carburant, comburant ou matériel divers.

D'après Girault Christian, « Miami, capitale du bassin caraïbe ? », *Mappemonde*, 2003.

Le tourisme et ses espaces

FICHE EXPERT 3	QUELLES TRANSFORMATIONS LIÉES À L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE ?	Problématique : pourquoi peut-on dire que le tourisme modifie les paysages à Miami ? Quels aménagements récents ou futurs sont-ils liés à l'activité touristique ? Quelles sont les différentes formes de tourisme à Miami ? Comment expliquer l'attractivité de cette ville pour les touristes ?
-------------------	---	--

DOCUMENTS EXPERTS 3

DOC. 1 – PORT MIAMI 2035, UN NOUVEAU TERMINAL POUR ACCUEILLIR LES TOURISTES EN PARTANCE

[captures d'images de la vidéo du projet MASTER PLAN 2035 : <https://www.youtube.com/watch?v=kKgLx54PABk>]

DOC. 2 – UNE COURSE AU GIGANTISME QUI NÉCESSITE DE NOUVELLES INFRASTRUCTURES

Ça bouge du côté des terminaux ces temps-ci et l'innovation ne se cantonne pas au domaine maritime et aux dignes représentants des compagnies de croisière, nous avons nommé les bateaux. Parce que c'est le plus grand port du monde pour accueillir les bateaux de croisière, Miami est logiquement une cible de premier choix pour les armateurs du monde entier. Et la Royal Caribbean Cruises Ltd, qui a vu se déporter le départ de ces navires géants vers Port Everglades depuis maintenant six ans pour cause d'infrastructures insuffisantes à Miami, entend bien reprendre ses quartiers dans le plus grand port de croisières du monde. C'est pourquoi la RCCL envisage d'y créer un nouveau terminal de plus de 16 000 m² d'ici 2018. Il sera en capacité d'accueillir les plus grands bateaux de croisière au monde. Ça tombe bien, la RCCL trustee sans grand mal les trois premières marches du podium dans ce domaine. Pour rappel, l'Allure of the Seas et l'Oasis of the Seas affichent 362 mètres de longueur chacun. Comptez 348 mètres pour l'Anthem of the Seas et quasiment la même chose pour le Quantum of the Seas. Il fallait bien un nouveau terminal pour accueillir tout ce beau monde !

Source : <http://www.croisieres-thematiques.fr/actualites/1232-rccl-un-nouveau-terminal-a-miami-pour-accueillir-les-paquebots-geants.html>.

DOC. 3 – UN QUARTIER DE MIAMI RÉNOVÉ, « DESIGN DISTRICT »

Paratexte : « Design district » est le quartier ultra-design et très fashion de Miami. Il y a peu, derrière ces façades aveugles, se dressaient des entrepôts délabrés prolongés par une zone résidentielle et « Little Haïti », quartier des réfugiés de Port-au-Prince. Les entrepôts industriels aujourd'hui rénovés et quelques bâtiments à l'architecture Art déco accueillent des fabricants de meubles futuristes, de nombreux antiquaires, des galeries d'art, les boutiques à la mode.

Source : <http://images.google.fr/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fwww.we-heart.com%2Fupload-images%2Fwynwoodartdistrictmiami14.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.we-heart.com%2F2013%2F12%2F02%2Fwynwood-art-district-miami%2F&h=502&w=753&tbid=Ua9Vm1Sa5Y-0IM%3A&docid=1jSFNLmHqa9CKM&ei=2VneV7rFMIT7atyogJAE&tbm=isch&client=safari&iact=rc&uact=3&dur=1004&page=0&start=0&ndsp=23&ved=0ahUKEwj6lY70yJPAhWEvRoKHVwUAEIQMwg0KBQwFA&bih=839&biw=1440>.

DOC. 4 – LE SHOPPING DE LUXE EN PLEIN BOOM À MIAMI

Avec ses plages, ses hôtels chics et sa riche clientèle, Miami est l'une des capitales américaines du luxe et du tourisme, latino-américain notamment, et le théâtre d'une bataille immobilière pour attirer les grandes marques dans de nouveaux ensembles dédiés au shopping. Au bout de la Floride ensoleillée, Miami a accueilli l'an dernier 14 millions de touristes pour au moins une nuit, dont la moitié d'Américains, 5 millions de Latino-Américains et 1,3 million d'Européens. En tête des étrangers figurent les Brésiliens, qui viennent faire leurs emplettes de sacs à main, bijoux et vêtements chics. Chez eux, c'est facilement 40 % plus cher en raison des taxes. Les Brésiliens dépensent plus par tête que n'importe quel autre touriste aux États-Unis. Et si les hôtels et restaurants en profitent, l'immobilier aussi. « Les Brésiliens achètent des biens, comme les Argentins, les Vénézuéliens... pour avoir un endroit sûr où venir passer du temps », note Lyle Stern, spécialiste du développement immobilier. Dans la ville aux palmiers, le tourisme ne cesse de progresser, aidé par une profusion de liaisons aériennes. Une ligne directe avec le Qatar vient même d'être ouverte. Miami est aussi la capitale mondiale des croisières. Onze millions d'Américains en font une chaque année, c'est la moitié du marché mondial.

Pour accueillir ce beau monde, 5 000 chambres d'hôtel sont en construction et 10 000 de plus à l'étude, indique M. Stern, alors que Miami en compte déjà plus de 90 000.

Source : <http://www.ladepeche.fr/article/2014/07/01/1910785-shopping-luxe-plein-boom-miami-paradis-tourisme.html>.

MODALITÉS DE TRAVAIL, DURÉE ET DÉROULEMENT DE LA SÉANCE :

Temps 1 : constitution des groupes, distribution de la fiche scénario (Annexe 1) et des fiches de travail « experts ». Prise de connaissance du travail à effectuer et du déroulé. Chaque élève du groupe de base s'attribue un numéro : 1, 2 ou 3. 10 minutes

Temps 2 : travail en groupes d'experts, 30 minutes. Le professeur donne à chaque groupe d'experts un dossier documentaire (certains documents sont communs aux trois dossiers distribués), ils disposent également d'une fiche pour les guider dans leur travail.

Temps 3 : Retour en groupe de base. Le schéma est à compléter (Annexe 2 à photocopier en A3, un seul exemplaire par groupe), la production audio est à réaliser (grille formative Annexe 3). Le schéma est volontairement organisé autour de quatre thématiques afin que la coopération et les interactions entre les trois experts soit effective. 70 minutes



PROBLÉMATIQUE

Comment le tourisme transforme-t-il la ville de Miami ?

ÉLÉMENTS DE RÉPONSE

Voir Annexe 4.

Éléments d'évaluation de connaissances ou de compétences

La production finale est évaluée : la grille fournie en Annexe 3 indique les critères de réussite à communiquer aux élèves. Ils doivent se saisir de cet outil à dimension formative pour comprendre les attendus du travail sur le fond, sur la forme mais également sur la coopération au sein du groupe. Le professeur a la liberté d'adapter son barème par rapport à cette grille.

LIENS AVEC D'AUTRES SÉQUENCES

- Classe de terminale L/ES, « L'Amérique : puissance du Nord, affirmation du Sud », thème 3 : Dynamiques géographiques de grandes aires continentales.
- Classe de sixième (cycle 3), thème 3 : Habiter les littoraux « Littoral industrialo-portuaire, littoral touristique. »

POUR APPROFONDIR

- Duhamel Philippe, « Le tourisme. Lectures géographiques », *Documentation photographique*, n° 8094, La Documentation française, 2013.
- Girault Christian, « Miami, capitale du bassin caraïbe? », *Mappemonde*, 2003.
- Lecoq Tristan et Smits Florence (dir.), *Enseigner la mer. Des espaces maritimes aux territoires de la mondialisation*, Rennes, Canopé, 2016.
- Dossier thématique : « Les nouvelles dynamiques du tourisme dans le monde », *Géoconfluences*, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/les-nouvelles-dynamiques-du-tourisme-dans-le-monde/les-nouvelles-dynamiques-du-tourisme-dans-le-monde>
- <http://www.miamidade.gov/portmiami/>

ANNEXE 1 – FICHE SCÉNARIO ÉLÈVES

L'émission de France Culture Planète Terre organise un concours qui vise à décrire des espaces où le tourisme joue un rôle important. Votre classe va travailler sur Miami, un grand port de croisières !

Votre tâche : produire en groupes un document de synthèse [schéma] qui explique comment le tourisme transforme cette ville, ce document écrit sera accompagné d'une production audio que vous enregistrez grâce au logiciel Audacity.

Pour cela, vous allez vous répartir les trois fiches experts, puis vous séparer pour aller travailler en groupes d'experts.

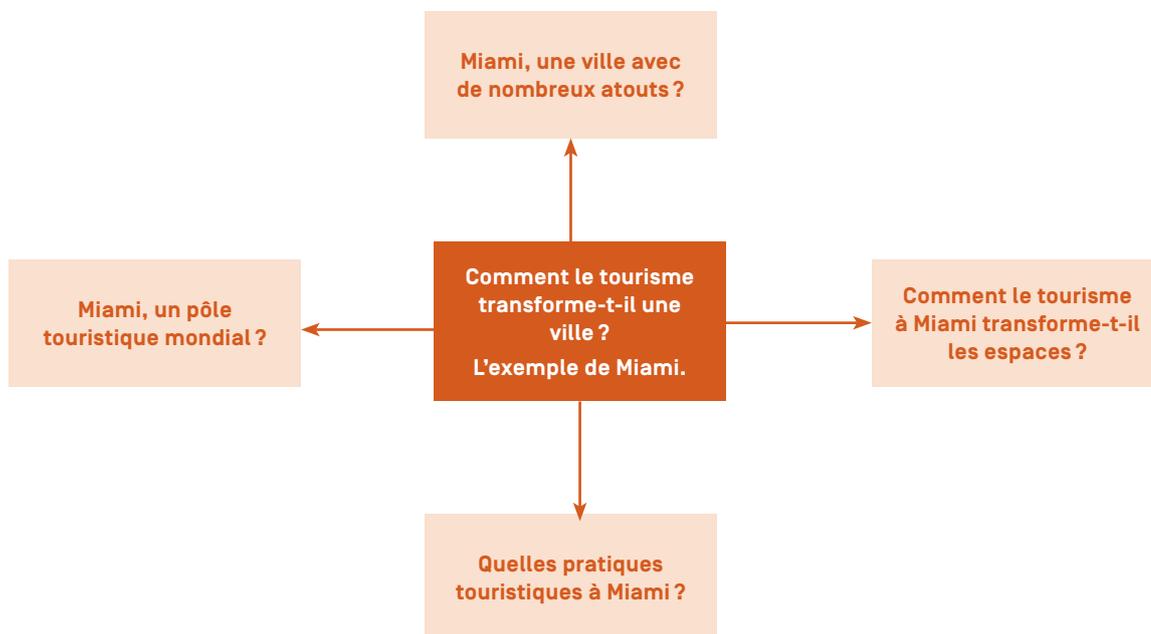
À l'issue de ce travail, vous reviendrez dans votre groupe de départ pour réaliser vos deux productions.

ANNEXE 2 – SCHÉMA À COMPLÉTER POUR LE TEMPS 3

Avant de compléter ensemble le schéma, expliquez à vos camarades ce que vous avez appris sur Miami.

Puis désignez un secrétaire et complétez le schéma.

Attention, chaque expert peut apporter des informations pour chacune des cases du schéma !



ANNEXE 3 –

- Accordez-vous sur la forme que va prendre votre présentation audio : texte linéaire, dialogues, interviews...
Attention, tous les membres du groupe doivent prendre la parole !
- Faites un brouillon si besoin.
- Puis réalisez votre production audio à partir des éléments de votre schéma en n'oubliant pas de l'introduire par un titre choc !

La présentation audio est correcte sur le plan de la langue.			
La présentation audio est organisée de manière logique.			
La présentation audio rend bien compte du poids important du tourisme à Miami.			
La présentation audio rend bien compte des atouts et de l'attractivité de la ville de Miami pour les touristes du monde entier			
La présentation audio rend bien compte des transformations de l'espace liées au tourisme à Miami			
La présentation audio a un titre choc			
Le travail est abouti, enregistré			
L'engagement a été sérieux et chacun s'est impliqué dans le travail de groupe.			

ANNEXE 4 – ÉLÉMENTS DE CORRECTION POSSIBLES

