

Sociologia i psicologia del turisme

Codi: 101226

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500894 Turisme	OT	4	0

Professor/a de contacte

Nom: Karen Rodríguez Quipusco

Correu electrònic: Karen.Rodriguez@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

Grup íntegre en anglès: Sí

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Altres indicacions sobre les llengües

tutories també en aquesta llengua

Prerequisits

L'assignatura es desenvolupa sota aportacions de diverses fonts de les ciències socials i humanes, és per això que, es demana lectura contínua d'articles acadèmics, llibres, estudis, revistes i notícies

Objectius

- Argumentar de manera crítica i reflexiva els trets que envolten el fenomen turístic a escala global i local.
- Detectar els factors d'àmbit social i cultural que impliqui el turisme. Conèixer l'aportació de les ciències socials i humanes per desenvolupar context crític a la comprensió de les vessants de l'activitat turística del segle XXI.
- Observar, analitzar i adoptar una visió holística sobre els models interpretatius del turisme. Comprendre les característiques i les motivacions de l'ésser humà com a consumidor turístic.

Competències

- Definir i aplicar els objectius, les estratègies i les polítiques comercials en les empreses i entitats turístiques.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Gestionar els conceptes relacionats amb la planificació i la comercialització de destinacions, recursos i espais turístics, així com els seus instruments i funcionament.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar les estratègies de comunicació i de màrqueting a les organitzacions públiques i privades del turisme i a les entitats públiques de promoció.
2. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
3. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
4. Identificar els instruments relacionats amb la comercialització i la promoció de productes, empreses i territoris.
5. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
6. Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
7. Treball en grup.

Continguts

PRIMERA PART: El turisme com a ciència social i humana

Tema 1: Psicologia i sociologia en l'esfera de l'oci i del turisme.

Tema 2: Els àmbits d'altres disciplines que aporten coneixement al turisme

SEGONA PART: Sociologia del turisme

Tema 3: Nocions d'investigació social aplicada al turisme

Tema 4: Aportacions històriques durant l'evolució del viatge i la concepció del turisme

Tema 5: Perspectiva sociològica aplicada a la teoria del turisme durant la Modernitat i Post Modernitat

Tema 6: El turisme com a fenomen transversal davant els reptes del present

TERCERA PART: Psicologia social del turisme.

Tema 7: La motivació humana i el consum turístic en la construcció del perfil psicosocial del turista

Tema 8: Tendències en el comportament del turisme

Metodologia

Des del punt de vista metodològic, l'assignatura funcionarà en base als següents criteris:

1. Criteri de l'estudi teòric de l'assignatura: que es concreta en exposicions a les classes presencials, en la forma magistral.
2. Criteri dels casos i de les activitats pràctiques dins i fora de l'aula, en termes de resolució de problemes, de comprensió de situacions a partir d'articles i textos de llibres, exposicions concretes sobre una notícia.
3. Criteri de realització de treballs individuals o en grup, prèviament acotats dins l'àmbit de l'assignatura i que seran seguits mitjançant la tutoria i exposats posteriorment.
4. Criteri de les tutories, presencial i per correu, com a factor complementari i de consulta i ajuda a l'alumne en les qüestions teòriques i pràctiques proposades.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-------	------	--------------------------

Tipus: Dirigides

Classes teòriques	25	1	2, 4
Debats i solució de casos pràctics	15	0,6	1, 3, 6
Tipus: Supervisades			
Tutoria	5	0,2	3, 4
Tipus: Autònomes			
Elaboración de treballs individual i en grup	15	0,6	1, 4, 7
Estudi	50	2	1, 3, 6
Presentació pública de treballs	5	0,2	2, 4, 5, 7

Avaluació

El sistema d'avaluació utilitzat és continu i consta de quatre apartats:

- Primer apartat: continguts de matèria teòrica subjecte a avaluació mitjançant examen parcial: 50% de l'avaluació.
- Segon apartat: 30% de l'avaluació destinat a l'avaluació del treball realitzat individualment (opinió crítica llibre) o en grup (investigació d'un perfil psicossocial), i que correspon a les hores dedicades per l'alumne en les activitats dirigides des de la tutoria i una part de les hores que ha de dedicar al treball autònom.
- Tercer apartat: 15% de l'avaluació destinada a la valoració dels exercicis pràctics realitzats a l'aula (activitats dirigides presencials) i fora de l'aula (part del treball autònom que ha de fer fora de l'aula), al costat de les consultes realitzades en les tutories.
- Quart apartat: 5% corresponent a l'assistència i participació.

Nota important: el plagiat parcial o total suposarà la no-acreditació de tota l'assignatura.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació	5%	5	0,2	3, 5, 6
Casos pràctics	15%	20	0,8	4, 6
Examen final	50%	2	0,08	1, 3, 4
Treball individual i grupal	30%	8	0,32	1, 2, 3, 7

Bibliografia

1. Bibliografia bàsica:

- Amat, P i Ramón, F. (2004). Curso de sociología del turismo y del ocio. Valencia. Ed. Tirant lo Blanc. (Temas 4 y 7).
- Dean MacCannell (1999) The tourist. A new theory of leisure class. U.S. University of California.
- De Borja Solé, L. (2002). El Consumidor Turístico. Editorial ESIC. Madrid.
- Didier, U, J. (2002). El idiota que viaja. Francia. Ed. Petite Bibliothèque Payot.

- Diputación de Barcelona. (2017). Análisis de la evolución del turismo de Barcelona.
- Mazón, T. (2001). Sociología del turismo. Madrid. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. (Temas 1,2, 3 y 4).
- Myers, D (2005). Social Psychology. London. McGraw-Hill.
- Smith, V. (1995). Hosts and Guests. The anthropology of Tourism. University of Pennsylvania.
- Urry John i Larsen, J. (2011). The tourist gaze 3.0. London. Sage

2. Bibliografía complementària:

- Babbie, Earl (2000). Fundamentos de la investigación social. México. International Thomson.
- Ballester, Patrice (2018). Barcelona and Mass Tourism: Tourismophobia and Coexistence. Barcelona.
- Durán, Alberto (2004). Sociología del consumo. Madrid. Universidad Rey Juan Carlos.
- European Parliament (2019). Overtourism: impact and possible policy responses. TRAN Political Department.
- Instituto Universitario de Investigaciones turísticas (2018). Turismo y terrorismo. Crisis y medios de comunicación. Málaga. Universidad de Alicante.
- Instituto Universitario de Investigaciones turísticas (2018). Comportamiento del turismo nacional y crecimiento en España. Málaga. Universidad de Alicante.
- Instituto Universitario de Investigaciones turísticas (2018). El espejismo de Cancún. Análisis del desempeño y evolución de un destino turístico. Barcelona. Universidad de Alicante.
- Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?. Universidad de Alicante.
- Journal of Hospitality and Tourism Management 35 (2018). Residents' attitude as a determinant of tourism sustainability: The case of Trujillo. Madrid. Elsevier
- King, Gary (2000). El Diseño de la investigación social: la inferencia científica en los estudios cualitativos. Madrid. Ed. Alianza.
- Magazine of Tourism Analysis (2018). The epistemological structure of mobilities Tourism, touring and the days of terrorism. Buenos Aires. OJS
- Murray, I (2015). Capitalismo y Turismo en España. Del 'milagro económico a la gran crisis'. Islas Baleares. AlbaSud.