

Sociología y psicología del turismo

Código: 101226
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

Contacto

Nombre: Karen Rodríguez Quipusco
Correo electrónico: Karen.Rodriguez@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: No

Otras observaciones sobre los idiomas

material de lectura i tutories també en aquesta llengua

Prerequisitos

La asignatura se desarrolla bajo análisis de diversas fuentes de las ciencias sociales y humanas, es por ello que, se solicita como requisito lectura continua de artículos académicos, libros, estudios, revistas y noticias.

Objetivos y contextualización

- Argumentar de manera crítica y reflexiva los rasgos que rodean el fenómeno turístico a escala global y local.
- Detectar los factores de ámbito social y cultural que implique el turismo.
- Conocer la aportación de las ciencias sociales y humanas para aplicar contexto crítico a la comprensión de las vertientes de la actividad turística del S.XXI.
- Observar, analizar y adoptar una visión holística sobre los modelos interpretativos del turismo.
- Comprender las características y las motivaciones del ser humano como consumidor turístico.

Competencias

- Definir y aplicar los objetivos, estrategias y políticas comerciales en las empresas y entidades turísticas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar los conceptos relacionados con la planificación y la comercialización de destinos, recursos y espacios turísticos así como sus instrumentos y funcionamiento.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar las estrategias de comunicación y de marketing en las organizaciones públicas y privadas del turismo así como en las entidades públicas de promoción.
2. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
3. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
4. Identificar los instrumentos relacionados con la comercialización y promoción de productos, empresas y territorios.
5. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
6. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
7. Trabajo en grupo.

Contenido

PRIMERA PARTE: El turismo como ciencia social y humana

Tema 1: Psicología y sociología en la esfera del ocio y del turismo.

Tema 2: Los ámbitos de otras disciplinas que aportan conocimiento al turismo

SEGUNDA PARTE: Sociología del turismo

Tema 3: Nociones de investigación social aplicada al turismo

Tema 4: Aportaciones históricas durante la evolución del viaje y la concepción del turismo

Tema 5: Perspectiva sociológica aplicada a la teoría del turismo durante la Modernidad y Post Modernidad

Tema 6: El turismo como fenómeno transversal ante los retos del presente

TERCERA PARTE: Psicología social del turismo.

Tema 7: La motivación humana y el consumo turístico en la construcción del perfil psicosocial del turista

Tema 8: Tendencias en el comportamiento del turismo

Metodología

Desde el punto de vista metodológico, la asignatura funcionará en base a los siguientes criterios:

1. Criterio del estudio teórico de la asignatura: que se concreta en exposiciones en las clases presenciales, en la forma magistral.
2. Criterio de los casos y de las actividades prácticas dentro y fuera del aula, en términos de resolución de problemas, de comprensión de situaciones a partir de artículos y textos de libros, exposiciones concretas sobre una noticia.
3. Criterio de realización de trabajos individuales o en grupo, previamente acotados dentro del ámbito de la asignatura y que serán seguidos mediante la tutoría y expuestos posteriormente.
4. Criterio de las tutorías, presencial y por correo, como factor complementario y de consulta y ayuda al alumno en las cuestiones teóricas y prácticas propuestas.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	25	1	2, 4
Debates y solución de casos prácticos	15	0,6	1, 3, 6
Tipo: Supervisadas			
Tutoría	5	0,2	3, 4
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajo individual y en grupo	15	0,6	1, 4, 7
Estudio	50	2	1, 3, 6
Presentación pública de trabajo	5	0,2	2, 4, 5, 7

Evaluación

El sistema de evaluación utilizado es continuo y mixto, y consta de cuatro apartados:

- Primer apartado: contenidos de materia teórica y práctica sujeto a evaluación mediante examen parcial: 50% de la evaluación.
- Segundo apartado: 30% de la evaluación destinado a la evaluación del trabajo realizado individualmente (opinión crítica libro) o en grupo (investigación social), y que corresponde a las horas dedicadas por el alumno en las actividades dirigidas desde la tutoría ya una parte de las horas que ha dedicar al trabajo autónomo.
- Tercer apartado: 15% de la evaluación destinada a la valoración de los debates, casos prácticos realizados en el aula (actividades dirigidas presenciales) y fuera del aula (actividades prácticas), junto a las consultas realizadas en las tutorías.
- Cuarto apartado: 5% correspondiente a la asistencia y participación.

Nota importante: el plagio parcial o total supondrá la no acreditación de toda la asignatura.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación	5%	5	0,2	3, 5, 6
Casos prácticos	15%	20	0,8	4, 6
Examen final	50%	2	0,08	1, 3, 4
Trabajo individual y grupal	30%	8	0,32	1, 2, 3, 7

Bibliografía

1. Bibliografía básica (libros, estudios y artículos):

- Amat, P y 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 and Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. London. Sage

2. Bibliografía complementaria (libros, estudios y artículos):

- 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.