

**Sociología y psicología del turismo**

Código: 101226  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	2

### Contacto

Nombre: Sergio Yanes Torrado

Correo electrónico: sergio.yanes@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

- Conocer y aplicar contenidos de las ciencias sociales y humanas en el análisis del turismo.
- Argumentar de manera crítica y reflexiva a cerca de las características que definen el fenómeno turístico a escala global y local.
- Conocer los elementos socioculturales que componen el turismo.
- Observar, analizar y adoptar una visión holística sobre los modelos interpretativos del turismo.
- Comprender las características y las motivaciones de los individuos como consumidores y productores de turismo.

### 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: La sociología en el ámbito del ocio y el turismo

Tema 2: Disciplinas que aportan conocimiento al turismo

Tema 3: Nociones de investigación social aplicadas al turismo

SEGUNDA PARTE: Sociología del turismo

Tema 4: Desarrollo histórico de la sociología del turismo

Tema 5: El sistema turístico: imágenes, culturas, economía, medio ambiente, tecnología

Tema 6: La construcción de un destino turístico de masas. Una perspectiva sociológica

TERCERA PARTE: Psicología social del turismo

Tema 7: Motivación humana, comportamiento social y consumo turístico

Tema 8: La experiencia de la autenticidad. Representaciones, ficción, imaginación y simulaciones

CUARTA PARTE: El turismo del mañana

Tema 9: El turismo bajo la COVID-19. Un enfoque etnográfico

Tema 10: Imaginar el futuro del turismo. Reflexiones desde la sociología y la psicología

## **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 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.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	30	1,2	2, 5, 6
Debates y solución de casos prácticos	15	0,6	3, 7
Tipo: Supervisadas			
Tutoría	5	0,2	3, 4
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajo individual y en grupo	50	2	1, 4, 7
Estudio	43	1,72	1, 3, 6
Presentación pública de trabajo	5	0,2	2, 4, 5, 7

## Evaluación

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

- Primer apartado: 40% destinado a la evaluación de un examen final de materia teórica.
- Segundo apartado: 40% destinado a la evaluación del trabajo obligatorio realizado en grupo, y que corresponde a las horas dedicadas por el alumno dentro y fuera de clases.
- Tercer apartado: 10% de la evaluación destinada a la valoración de los debates, casos prácticos realizados en el aula (actividades dirigidas presenciales).
- Cuarto apartado: 10% correspondiente a la asistencia y participación.

Nota importante:

- Para aprobar la asignatura, la nota resultante (media de todos los apartados) deberá ser como mínimo un 5. Cada apartado deberá ser valorado como mínimo con un 3 para hacer media.
- El plagio parcial o total supondrá la no acreditación de toda la asignatura.
- En caso de no realizar el trabajo grupal o suspenderlo, el alumno podrá optar a un examen final.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación	10%	0	0	3, 5, 6
Casos prácticos	10%	0	0	4, 6
Examen final	40%	2	0,08	2, 3, 5, 6
Trabajo individual y grupal	40%	0	0	1, 2, 3, 7

## Bibliografía

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

- Augé, M. (2010). El viaje imposible. Gedisa.
- Cañada, E., Murray, I. (2019). Turistificación global: perspectivas críticas en turismo. Icaria.
- Didier, U, J. (2002). El idiota que viaja. Francia. Ed. Petite Bibliothèque Payot.
- Graburn, N., Jafari, J. (1991). Introduction: Tourism social science, *Annals of Tourism Research*, 18(1), pp. 1-11.
- MacCannell, D. (1999) The tourist. A new theory of leisure class. U.S. University of California.
- Boissevain, J. (1996). Coping with Tourists. European Reactions to Mass Tourism. Berghahn.
- Myers, D (2005). Social Psychology. London. McGraw-Hill.
- Santana, A. (1997). Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?. Ariel.
- Smith, V. (1995). Hosts and Guests. The anthropology of Tourism. University of Pennsylvania.
- Urry John & Larsen, J. (2011). The tourist gaze 3.0. London. Sage
- Yanes, S. (2021). La cuestión turística. Trece entrevistas para repensar el turismo. Alba Sud & Pasos.

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

- Aitchison, C. (2001). Theorizing other discourses of tourism, gender and culture. Can the subaltern speak (in tourism). *Tourist Studies*, 1, 133-147.
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10, pp. 373-392
- Higgins-Desbiolles, F. & Whyte, K. P. (2013). No high hopes for hopeful tourism: A critical comment. *Annals of Tourism Research*, 40, pp. 428-433.
- Jurdao, F. (1992). Los mitos del turismo. Endymon.
- Nogués Pedregal, A. M. (2009). Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), pp. 43-56.
- Nuñez, T. (1965). Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village. *Ethnology*, 2 (3), pp. 347-352
- Murray, I (2015). Capitalismo y Turismo en España. Del 'milagro económico a la gran crisis'. *Islas Baleares*. AlbaSud.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Edensor, T. (1998). *Tourists at the Taj*. Routledge.

## Software

No hay