

Titulación	Tipo	Curso
2500894 Turismo	OT	4

Contacto

Nombre: Jose Antonio Mansilla Lopez

Correo electrónico: jose.mansilla@uab.cat

Equipo docente

Jose Antonio Mansilla Lopez

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

La asignatura se desarrolla bajo análisis de diversas fuentes de las ciencias sociales y humanas, es por ello que, se solicita como prerrequisito 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

Tema 1. Introducción a la Sociología del Turismo.

En este primer apartado del curso abordaremos el concepto de Sociología en general y también aplicado a los estudios del turismo. Introduciremos las principales técnicas y métodos de investigación y discutiremos los principales autores y tendencias teóricas. Hablaremos del comportamiento social y analizaremos la importancia de la Historia y los cambios productivos en su evolución.

Tema 2. Turistas: patrones sociales de comportamiento.

Esta parte del curso se centrará en los patrones sociales de comportamiento turístico, en las diversas actividades, discursos y experiencias turísticas, antes de emprender el viaje, durante y después. Analizaremos la dinámica de los grupos organizados de turistas y los impactos sociales de los viajes turísticos. Además, revisaremos las metodologías más importantes utilizadas en el análisis del turismo como proceso social.

Unidad 3. Aproximación psicosocial al estudio del turismo: el destino.

En este apartado abordaremos el estudio del turismo desde una perspectiva psicológica. Para empezar, nos centraremos en las implicaciones psicosociales de los destinos turísticos, analizando el concepto de destino turístico y el proceso de formación de la imagen del destino. Discutiremos la importancia de la cultura visual en los discursos turísticos: cine, novelas, televisión, documentales, redes sociales y la construcción social de los productos turísticos.

Tema 4. Aproximación psicosocial al estudio del turismo: el comportamiento del individuo.

En esta unidad final nos concentraremos en el estudio del individuo y sus patrones de comportamiento en diferentes situaciones a partir de un análisis de casos concretos y prácticos que permitirán establecer un contexto marco sobre los impactos generados por el individuo durante las prácticas turísticas.

Actividades formativas y Metodología

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

Idioma: Inglés

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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

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

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

- Primer apartado: 40% destinado a la evaluación de un examen 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 mediar.
- El plagio parcial o total supondrá la no acreditación de toda la asignatura.

Evaluación única

En caso de que el estudiante no supere la evaluación continua o decida para seguir la evaluación única ésta será un examen final de todo el temario.

Los estudiantes que en esta evaluación única queden entre el 3,5 y el 4,9 tendrán derecho a la reevaluación. Recuerde que las fechas de la evaluación única y la reevaluación estarán publicadas en la web del centro.

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

Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	2	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto