



Teaching Guide				
Identifying Data				2015/16
Subject (*)	Cambio social e tendencias do consumo turístico e comportamento do consumidor		Code	615488002
Study programme	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Novos Produtos Turísticos (plan 2012)			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatoria	3
Language	Galician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Psicoloxía Socioloxía e Ciencia Política da Administración			
Coordinador	Andrade Suarez, Maria Jose Clemente Diaz, Miguel	E-mail	maria.andrade@udc.es miguel.clemente@udc.es	
Lecturers	Andrade Suarez, Maria Jose Caamaño Franco, Iria Clemente Diaz, Miguel López-Cortón Facal, Ana María	E-mail	maria.andrade@udc.es iria.caamano@udc.es miguel.clemente@udc.es ana.lopez-corton@udc.es	
Web				
General description	<p>O mercado turístico español caracterizouse durante anos por unha especialización case absoluta no denominado turismo de "sol e praia".</p> <p>Actualmente, as novas demandas e esixencias do consumidor turístico, así como a intensificación do nivel competitivo no sector, fai que sexa necesario realizar un estudo máis exhaustivo do comportamento do consumidor e analizar cales son as tendencias actuais.</p> <p>Ante esta situación, búscase que o alumno coñeza cuales son estes cambios, e que mediante un traballo de campo poida valorar os devanditos comportamentos.</p>			

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A6	Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
A7	Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan ás innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
A12	Utilizar as metodoloxías científicas axeitadas tanto cualitativas coma cuantitativas
B2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en ámbitos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en boa medida autodirixido ou autónomo.
B7	Comunicarse de xeito efectivo nun ámbito de traballo.
B8	Traballar de forma autónoma con iniciativa.
B9	Traballar de forma colaboradora.
B10	Comportarse con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.
B13	Comunicar por escrito e oralmente os coñecementos procedentes da linguaxe científica.
B14	Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razoamento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.



C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, da súa tipoloxía en función das necesidades e as súas motivacións	AC6 AC7 AC12	BC2 BC3 BC5 BC7 BC8 BC9 BC10 BC13 BC14	CC1 CC2 CC3 CC4 CC7 CC8

Contents	
Topic	Sub-topic
I - Proceso de decisión de compra II - Factores que afectan o comportamento do consumidor III - Actuacións posteriores á compra IV - Características do novo consumidor turístico	

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A6 A7 B9 B3 C3	20	31	51
Supervised projects	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B13 B3 B5	4	6	10
Collaborative learning	A12 B7 B8 B10 B14 B2 C1	4	6	10
Directed discussion	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B10 B2 C2 C4 C7 C8	0	2	2
Personalized attention		2	0	2

(*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Exposición por parte do docente dos aspectos fundamentais da materia. As exposicións complementarase co uso de medios audiovisuais, preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos, facilitar a aprendizaxe e favorecer a interacción entre o profesor e os estudantes.



Supervised projects	Metodoloxía baseada na responsabilidade do alumno, pola súa propia aprendizaxe e o seguimento desa aprendizaxe polo profesor-titor nos exercicios propostos.
Collaborative learning	Organización da clase en pequenos grupos nos que o alumno traballa conxuntamente na resolución de tarefas asignadas polo profesorado para optimizar a súa propia aprendizaxe e do seu equipo.
Directed discussion	Técnica de dinámica de grupos, mediante a cal os estudantes presenciais discuten de forma libre, informal e espontánea sobre un tema, podendo ou non estar coordinado polo profesor. Os estudantes on line, pola súa banda, dispoñerán dun espazo de discusión informal para tratar un tema ou problema.

Personalized attention

Methodologies	Description
Directed discussion Supervised projects Collaborative learning	Concibense como horas de traballo presencial co docente por parte do alumno, para o seguimento o orientación deste. Javier Fernández Fernández Universidade da Coruña E.U. de Turismo Teléfono: 981 160276 E-mail: javierfernandez@udc.es

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Directed discussion	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B10 B2 C2 C4 C7 C8	Discusions de distintos temas, planteados anteriormente polo docente.	10
Supervised projects	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B13 B3 B5	Realización por parte dos alumnos dun traballo dirixido e tutelado polo docente, tanto de forma individual como por grupos. Todosos traballos tendrán que ser expostos na aula.	80
Collaborative learning	A12 B7 B8 B10 B14 B2 C1	Propoñanse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	10

Assessment comments

No caso dos alumnos na modalidade online, o 100% da súa avaliación será por un traballo presentado de forma individual, dirixido polo docente.
--

Sources of information

Basic	- Borja Soler, Luis; Casanovas Pla, Josep Andreu. ?El consumidor turístico?. ESIC EDIC. - Alonso, J. ?El comportamiento del consumidor?. Instituto Nacional de Consumo. Madrid - León, J.L.; Olavarría, E. ?Conducta del consumidor y marketing? Editorial Deusto - Compendio de estadísticas de Turismo. OMT - Mazón Martínez, Tomás; Aledo Tur, Antonio. ?Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas?. Universidad de Alicante
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Métodos e técnicas de investigación en turismo: técnicas cualitativas/615488007

Métodos e técnicas de investigación en turismo: técnicas cuantitativas/615488008

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Promoción e comercialización de destinos e novos produtos turísticos/615488003

Subjects that continue the syllabus



Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.