



Guía docente				
Datos Identificativos				2016/17
<b>Asignatura (*)</b>	Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor	<b>Código</b>	615524002	
<b>Titulación</b>	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptorios				
<b>Ciclo</b>	<b>Periodo</b>	<b>Curso</b>	<b>Tipo</b>	<b>Créditos</b>
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	3
<b>Idioma</b>	Gallego			
<b>Modalidad docente</b>	Presencial			
<b>Prerrequisitos</b>				
<b>Departamento</b>	Psicología Sociología e Ciencia Política da Administración			
<b>Coordinador/a</b>	Andrade Suarez, Maria Jose	<b>Correo electrónico</b>	maria.andrade@udc.es	
<b>Profesorado</b>	Andrade Suarez, Maria Jose Clemente Diaz, Miguel	<b>Correo electrónico</b>	maria.andrade@udc.es miguel.clemente@udc.es	
<b>Web</b>				
<b>Descripción general</b>	<p>El mercado turístico español se ha caracterizado durante años por una especialización casi absoluta en el denominado turismo de "sol y playa".</p> <p>Actualmente, las nuevas demandas y exigencias del consumidor turístico, así como la intensificación del nivel competitivo en el sector, hace que sea necesario realizar un estudio más exhaustivo del comportamiento del consumidor y analizar cuáles son las tendencias actuales.</p> <p>Ante esta situación, se busca que el alumno conozca cuales son estos cambios, y que mediante un trabajo de campo pueda valorar dichos comportamientos.</p>			

Competencias del título	
<b>Código</b>	<b>Competencias del título</b>

Resultados de aprendizaje		
Resultados de aprendizaje	Competencias del título	
Conocimiento del proceso de decisión del consumidor turístico, de su tipología en función de las necesidades y sus motivaciones.		

Contenidos	
Tema	Subtema
I - Proceso de decisión de compra	
II - Factores que afectan al comportamiento del consumidor	
III - Actuaciones posteriores a la compra	
IV - Características del nuevo consumidor turístico	

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral		20	31	51
Trabajos tutelados		4	6	10
Aprendizaje colaborativo		4	6	10
Discusión dirigida		0	2	2



Atención personalizada		2	0	2
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte de el docente de los aspectos fundamentales de la materia. Las exposiciones se complementaran con el uso de medios audiovisuales, preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos, facilitar el aprendizaje y favorecer la interacción entre el profesor y los estudiantes.
Trabajos tutelados	Metodología basada en la responsabilidad del alumno, por su propia aprendizaje y el seguimiento de esa aprendizaje por tutor en lo ejercicios propuestos.
Aprendizaje colaborativo	Organización de la clase en pequeños grupos en los que el alumno trabaja conjuntamente en la resolución de tareas asignadas por el profesor para optimizar su propia aprendizaje y la de su equipo.
Discusión dirigida	Técnica de dinámica de grupos, en la cual los estudiantes presenciales discuten de forma libre, informal y espontánea sobre un tema, pudiendo estar o no coordinado por el docente. Los estudiantes on line, dispoñerán de un espacio de discusión informal para tratar un tema o problema.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Discusión dirigida Trabajos tutelados Aprendizaje colaborativo	Se conciben como horas de trabajo presencial con el profesor por parte del alumno, para el seguimiento y orientación de éste.  Javier Fernández Fernández Universidade da Coruña E.U. de Turismo Teléfono: 981 160276 E-mail: javierfernandez@udc.es

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Discusión dirigida		Discusiones de distintos temas, planteados anteriormente por el docente,	10
Trabajos tutelados		Realización por parte de los alumnos de un trabajo dirigido y tutelado por el docente, tanto de forma individual como por grupos. Todos los trabajos tendrán que ser expuestos en clase.	80
Aprendizaje colaborativo		Se propondrán distintos temas en clase, para afianzar el temario.	10

Observaciones evaluación
En el caso de los alumnos en la modalidad online, el 100% de su evaluación será por un trabajo presentado de forma individual, dirigido por el docente.

Fuentes de información	
<b>Básica</b>	- 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
<b>Complementaria</b>	

Recomendaciones



<b>Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente</b>
Métodos y técnicas de investigación en turismo: técnicas cualitativas/615488007
Métodos y técnicas de investigación en turismo: técnicas cuantitativas/615488008
<b>Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente</b>
Promoción y comercialización de destinos y nuevos productos turísticos/615488003
<b>Asignaturas que continúan el temario</b>
<b>Otros comentarios</b>

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías