



Guía Docente

Datos Identificativos					2019/20
Asignatura (*)	Cambio social, as tendencias do consumo turístico e comportamento do consumidor		Código	615524002	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3	
Idioma	Galego				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Psicoloxía Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinación	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es		
Profesorado	Andrade Suarez, Maria Jose Fernandez Fernandez, Javier Luis López-Cortón Facal, Ana María	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es javier.fernandez4@udc.es ana.lopez-corton@udc.es		
Web					
Descrición xeral	<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>				

Competencias / Resultados do título

Código	Competencias / Resultados do título
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptalos ás novas esixencias da demanda e ao desenvolvemento sustentable das comunidades receptoras
A8	CE11 - Saber definir proxectos de investigación innovadores que repercutan positivamente no sector
A9	CE12 - Utilizar as metodoloxías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
A10	CE10 - Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización
A12	CE7 - Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan as innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación
B4	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B6	CG1 - Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma
B8	CG3 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
B11	CG6 - Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida
B12	CG7 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C7	CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidade para adaptarse a novas situacións

Resultados da aprendizaxe



Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Planificar novos destinos e produtos turísticos	AP6 AI1		
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, da súa tipoloxía en función das necesidades e as súas motivacións	AP7 AI2 AM3	BM9 BM12	CM1 CM7
Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización	AM1	BM1	
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		BM4 BM6	
Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común		BM8 BM11	

Contidos	
Temas	Subtemas
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	-Percepción Social -Técnicas de Influencia Social

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A12 A7 A9 B9 B12 C1 C7	20	31	51
Traballos tutelados	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	4	6	10
Aprendizaxe colaborativa	A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	4	6	10
Discusión dirixida	B8 B9 B12 C1 C7	0	2	2
Atención personalizada		2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	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.
Traballos tutelados	Metodoloxía baseada na responsabilidade do alumno, pola súa propia aprendizaxe e o seguimento desa aprendizaxe polo profesor-titor nos exercicios propostos.
Aprendizaxe colaborativa	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.
Discusión dirixida	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.



Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
<p>Discusión dirixida</p> <p>Traballos tutelados</p> <p>Aprendizaxe colaborativa</p>	<p>Concibense como horas de traballo presencial co docente por parte do alumno, para o seguimento o orientación deste.</p> <p>Javier Fernández Fernández Universidade da Coruña E.U. de Turismo Teléfono: 981 160276 E-mail: javier.fernandez4@udc.es</p> <p>Estou a disposición dos alumnos para tutorías presenciales/online cuando consideren oportuno</p> <p>Durante o curso académico, prestarase atención personalizada e continua a todos os estudantes matriculados nesta materia, tanto para responder preguntas sobre as clases presenciais /on-ine como para abordar temas relacionados co traballo.</p> <p>A atención personalizada será via mail e telefónica.</p>

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Discusión dirixida	B8 B9 B12 C1 C7	Discusions de distintos temas, planteados anteriormente polo docente.	10
Traballos tutelados	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	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
Aprendizaxe colaborativa	A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	Propondranse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	10

Observacións avaliación

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

Fontes de información

Bibliografía básica	- Borja Soler, Luis; Casanovas Pla, Josep Andreu. ?El consumidor turístico?. ESIC EDIC.- Alonso, J. ?El comportamiento del consumidor?. Instituto Nacional de Consumo. Madrid-Baron, A R. y Byrne. (2005). Psicología Social. Madrid. Pearson-Fiske, S., Gilbert,T., Gardner Lindzey. (2010) Handbook of social psychology. New Jersey-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
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Métodos e técnicas de investigación en turismo: técnicas cualitativas/615488007
Métodos e técnicas de investigación en turismo: técnicas cuantitativas/615488008

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Promoción e comercialización de destinos e novos produtos turísticos/615488003



Materias que continúan o temario
Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías