



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data			2019/20	
Subject (*)	Social change, consumption trends and consumer behavior tourist		Code	615524002
Study programme	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	3
Language	Galician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	PsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Andrade Suarez, Maria Jose	E-mail	maria.andrade@udc.es	
Lecturers	Andrade Suarez, Maria Jose Fernandez Fernandez, Javier Luis López-Cortón Facal, Ana María	E-mail	maria.andrade@udc.es javier.fernandez4@udc.es ana.lopez-corton@udc.es	
Web				
General description	O mercado turístico español caracterizouse durante anos por unha especialización case absoluta no denominado turismo de "sol e praia". 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. Ante esta situación, búscase que o alumno coñeza cuales son estes cambios, e que mediante un traballo de campo poida valorar os devanditos comportamentos.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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

Learning outcomes



Learning outcomes	Study programme competences		
Planificar novos destinos e produtos turísticos	AJ6 AR1		
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, da súa tipoloxía en función das necesidades e as súas motivacións	AJ7 AR2 AC3	BC9 BC12	CC1 CC7
Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización	AC1	BC1	
- 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		BC4 BC6	
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		BC8 BC11	

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	-Percepción Social -Técnicas de Influencia Social

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A12 A7 A9 B9 B12 C1 C7	20	31	51
Supervised projects	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	4	6	10
Collaborative learning	A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	4	6	10
Directed discussion	B8 B9 B12 C1 C7	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 complementaríanse 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: javier.fernandez4@udc.es Estou a disposición dos alumnos para tutorías presenciales/online cuando consideren oportuno 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. A atención personalizada será via mail e telefónica.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Directed discussion	B8 B9 B12 C1 C7	Discusions de distintos temas, planteados anteriormente polo docente.	10
Supervised projects	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
Collaborative learning	A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	Propondranse 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 pñsentado 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-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
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Methods and techniques of research in tourism: Qualitative techniques/615488007

Methods and techniques of research in tourism: Quantitative Techniques/615488008

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Promotion and commercialization of destinations and new tourist products/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.