



Guía Docente				
Datos Identificativos			2019/20	
Asignatura (*)	Cambio social, as tendencias do consumo turístico e comportamento do consumidor	Código	615524002	
Titulación				
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3
Idioma	Galego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	PsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
Profesorado	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
	Fernandez Fernandez, Javier Luis		javier.fernandez4@udc.es	
	López-Cortón Facal, Ana María		ana.lopez-corton@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

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 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.
Traballos tutelados	Metodoloxía baseada na responsabilidade do alumno, pola súa propia aprendizaxe e o seguimento desa aprendizaxe polo profesor-tutor 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



Discusión dirixida Traballos tutelados Aprendizaxe colaborativa	Concíbense 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 presenciais/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.
--	--

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Discusión dirixida	B8 B9 B12 C1 C7	Discusións 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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías