



Teaching Guide				
Identifying Data				2021/22
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	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	EmpresaPsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Fernández Fernández, Javier Luis	E-mail	javier.fernandez4@udc.es	
Lecturers	Fernández Fernández, Javier Luis López-Cortón Facal, Ana María	E-mail	javier.fernandez4@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>			
Contingency plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modifications to the contents 2. Methodologies <ul style="list-style-type: none"> *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation <ul style="list-style-type: none"> *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy 			

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 versatilidad para adaptarse a novas situacións

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

Contents	
Topic	Sub-topic
1. Proceso de decisión de compra	1. Proceso de decisión de compra
2. Factores que afectan o comportamento do consumidor	2. Factores que afectan o comportamento do consumidor
3. Actuacións posteriores á compra	3. Actuacións posteriores á compra
4. Características do novo consumidor turístico	4. Características do novo consumidor turístico
5. Introducción a la Psicología y a la Psicología social	5. Introducción a la Psicología y a la Psicología social
6. Procesos de Influencia Social	6. Procesos de Influencia Social
7. Procesos de Comunicación Social	7. Procesos de Comunicación Social

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A1 A2 A3 A4 A8 A13	20	31	51



Supervised projects	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	4	6	10
Collaborative learning	A12 A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	3	6	9
Oral presentation	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	1	0	1
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 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.
Oral presentation	Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, propondo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.
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	Os docentes estarán á disposición do alumnado nas tutorías presenciais u online a través de Teams no horario fijado para o mesmo. Tamén atenderán consultas a través do correo electrónico ou moodle Durante o curso académico, prestarase atención personalizada e continua a todo o estudiantado matriculado nesta materia, tanto para responder preguntas sobre as clases presenciais /on-line como para abordar temas relacionados co traballo.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Directed discussion	B8 B9 B12 C1 C7	Discussions 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. Todos os traballos tendrán que ser expostos na aula.	60
Collaborative learning	A12 A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	Propondranse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	10



Oral presentation	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, proponendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.	20
-------------------	--	---	----

Assessment comments

Convocatoria ordinaria

A nota final será a suma de todas as metodoloxías.

O alumnado con asistencia parcial ou dispensa académica deberá poñerse en contacto cos profesores ao inicio do curso, debendo facer un traballo tutelado que contará o 100% da nota

Convocatoria Extraordinaria

O alumnado poderá gardar a nota das metodoloxías que teña superadas e repetir aquelas que non superase, e que se deberán entregar con fecha tope o día e hora da fecha oficial de examen

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

As condicións do traballo de curso colgaranse na plataforma moodle o inicio do cuatrimestre

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

Tourism Promotion and Communication Skills/662G01005

Tourist Product Commercialisation/662G01031

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

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.