



## Guía Docente

Datos Identificativos					2022/23
<b>Asignatura (*)</b>	Cambio social, as tendencias do consumo turístico e comportamento do consumidor			<b>Código</b>	615524002
<b>Titulación</b>	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descritores					
<b>Ciclo</b>	<b>Período</b>	<b>Curso</b>	<b>Tipo</b>	<b>Créditos</b>	
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3	
<b>Idioma</b>	CastelánGalego				
<b>Modalidade docente</b>	Presencial				
<b>Prerrequisitos</b>					
<b>Departamento</b>	EmpresaPsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación				
<b>Coordinación</b>	Fernández Fernández, Javier Luis	<b>Correo electrónico</b>	javier.fernandez4@udc.es		
<b>Profesorado</b>	Fernández Fernández, Javier Luis López-Cortón Facal, Ana María	<b>Correo electrónico</b>	javier.fernandez4@udc.es ana.lopez-corton@udc.es		
<b>Web</b>					
<b>Descrición xeral</b>	<p>O mercado turístico español caracterizouse durante anos por unha especialización case absoluta no denominado turismo de &amp;quot;sol e praia&amp;quot;.</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 versatilidad para adaptarse a novas situacións

## Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título



Planificar novos destinos e produtos turísticos	AP6 AP7 AI1 AI2 AM1	BM1	
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, da súa tipoloxía en función das necesidades e as súas motivacións	AP6 AP7 AI1 AM3	BM1 BM4 BM6 BM8 BM9 BM11 BM12	CM1 CM7
Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización		BM1 BM4 BM6	CM1 CM7

Contidos	
Temas	Subtemas
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

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A4 A8 A13	20	31	51
Traballos tutelados	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	4	6	10
Aprendizaxe colaborativa	A12 A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	3	6	9
Presentación oral	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	1	0	1
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 complementaranse 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.
Presentación oral	Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.
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	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.

### 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. Todos os traballos tendrán que ser expostos na aula.	60
Aprendizaxe colaborativa	A12 A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	Propoñeranse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	10
Presentación oral	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, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.	20

### Observacións avaliación



## Convocatoria ordinaria

A nota final será a suma de todas as metodoloxías.

## Convocatoria Extraordinaria

A nota final será a suma de todas as metodoloxías. 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

Modalidade online, o 100% da súa

evaluación será por un traballo presentado de forma individual, dirixido

polo docente

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

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

A materia poderá ser adaptada ao estudiantado que precise da adopción de medidas encamiñadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionada coa saúde mental). De ser o caso, deberán contactar cos servizos dispoñibéis na UDC/no Centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa a cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade ; no seu defecto, coa tutora ADI da Facultade de Turismo

## 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-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 AlicantePsicología Social-Baron, A R. y Byrne. (2005). Psicología Social. Madrid. Pearson-Fiske, S., Gilbert,T., Gardner Lindzey. (2010) Handbook of social psychology. New Jersey-Gaviria, E., López, M. y Cuadrado, I. (coord) (2019). introducción a la Psicología Social. Madrid. Sanz y Torres

### Bibliografía complementaria

## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Técnicas de Comunicación e de Promoción Turísticas/662G01005

Comercialización de Produtos Turísticos/662G01031

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

### 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