



Guía docente

Datos Identificativos					2023/24
Asignatura (*)	Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor			Código	615524102
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descritores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos	
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	3	
Idioma	CastellanoGallego				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EmpresaPsicologíaSociología e Ciencias da Comunicación				
Coordinador/a	Fernández Fernández, Javier Luis		Correo electrónico	javier.fernandez4@udc.es	
Profesorado	Fernández Fernández, Javier Luis López-Cortón Facal, Ana María		Correo electrónico	javier.fernandez4@udc.es ana.lopez-corton@udc.es	
Web					
Descripción general	<p>El mercado turístico español se ha caracterizado durante años por una especialización casi absoluta en el denominado turismo de "sol y playa".</p> <p>Actualmente, las nuevas demandas y exigencias del consumidor turístico, así como la intensificación del nivel competitivo en el sector, hace que sea necesario realizar un estudio más exhaustivo del comportamiento del consumidor y analizar cuáles son las tendencias actuales.</p> <p>Ante esta situación, se busca que el alumno conozca cuales son estos cambios, y que mediante un trabajo de campo pueda valorar dichos comportamientos.</p>				

Competencias del título

Código	Competencias del título
A1	CE1 - Que los estudiantes conozcan los principios de la planificación y la gestión sostenible
A2	CE3 - Aplicar sistemas de calidad y gestión social, medioambiental y económica
A3	CE4 - Que los alumnos aprendan las técnicas de dirección de organizaciones públicas y de empresas del sector turístico
A4	CE5 - Que los alumnos tengan conocimientos sobre la normativa que regula las actividades turísticas
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A8	CE11 - Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector
A9	CE12 - Utilizar las metodologías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
A10	CE10 - Manejar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización
A11	CE2 - Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del turismo para el desarrollo integral de las sociedades receptoras
A12	CE7 - Capacidad para interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
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, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma
B7	CG2 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida



B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
B10	CG5 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
B12	CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C2	CT2 - Comunicarse de manera afectiva en un entorno de trabajo
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Trabajar de forma colaborativa
C6	CT6 - Capacidad para interpretar, seleccionar y valorar conceptos adquiridos en otras disciplinas del ámbito turístico
C7	CT7 - Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones
C8	CT8 - Comunicar por escrito y oralmente los conocimientos procedentes del lenguaje científico

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
	Conocer el concepto de consumidor turístico	AP1 AP2 AP6	BM1 BM2 BM6
Saber desarrollar y exponer un análisis de estudio del consumidor turístico en distintos ámbitos	AP3 AP4 AP6 AI1 AI2 AM1 AM2 AM3	BM2 BM3 BM4 BM6 BM9 BM12	CM1 CM3 CM6 CM7 CM8
Conocimiento del proceso de decisión del consumidor turístico, procesos de influencia social y comunicación	AP1 AP2 AP4 AP6 AI1 AM2 AM3	BM1 BM2 BM10	CM1 CM2 CM3 CM4 CM8
Planificar nuevos destinos y productos turísticos	AP2 AM2	BM7 BM12	

Contenidos	
Tema	Subtema
1. Proceso de decisión de compra	1. Proceso de decisión de compra
2. Factores que afectan o comportamiento 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	Horas presenciales	Horas no presenciales / traballo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A1 A11 A2 A3 A4 A12 A6 A8 A9 B1 B2 B3 B7 B10 B12 C1 C2 C7	20	31	51
Trabaios tutelados	A6 A10 A8 B1 B2 B3 B10 B12 C1 C3 C4 C6 C8	4	6	10
Aprendizaxe colaborativo	A1 A2 A3 A12 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C6	5	6	11
Presentación oral	A1 A2 B4 B6 B10 B9 B12 C1 C2 C3 C4 C7 C6 C8	1	0	1
Atención personalizada		2	0	2

(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión magistral	Exposición por parte de el docente de los aspectos fundamentais de la materia. Las exposiciones se complementaran con el uso de medios audiovisuales, preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos, facilitar el aprendizaxe y favorecer la interacción entre el profesor y los estudiantes.
Trabaios tutelados	Metodoloxía baseada en la responsabilidad del alumno, por su propia aprendizaxe y el seguimiento de esa aprendizaxe por tutor en lo ejercicios propuestos.
Aprendizaxe colaborativo	Organización de la clase en pequenos grupos en los que el alumno trabaja conjuntamente en la resolución de tareas asignadas por el profesor para optimizar su propia aprendizaxe y la de su equipo.
Presentación oral	Intervención inherente a los procesos de enseñanza-aprendizaxe basada en la exposición verbal a través de la que el alumnado y profesorado interactúan de un modo ordenado, planteando cuestiones, haciendo aclaraciones y exponiendo temas, traballos, conceptos, hechos o principios de forma dinámica.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe colaborativo	Los docentes estarán á disposición del alumnado para tutorías presenciales u online a través de Teams en horario fijado de tutorías
Trabaios tutelados	También atenderán consultas a través del correo electrónico o moodle
	Durante el curso académico, se prestara atención personalizada y continua a todo el estudiantado matriculados en esta materia, tanto para responder preguntas sobre las clases presenciales /on-line como para abordar temas relacionados con el traballo.

Evaluación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Presentación oral	A1 A2 B4 B6 B10 B9 B12 C1 C2 C3 C4 C7 C6 C8	La intervención inherente a los procesos de enseñanza-aprendizaxe basada en la exposición verbal a través de la que el alumnado y profesorado interactúan de un modo ordenado, planteando cuestiones, haciendo aclaraciones y exponiendo temas, traballos, conceptos, hechos o principios de forma dinámica	20



Aprendizaje colaborativo	A1 A2 A3 A12 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C6	Se propondrán distintos temas en clase, para afianzar el temario.	20
Trabajos tutelados	A6 A10 A8 B1 B2 B3 B10 B12 C1 C3 C4 C6 C8	Realización por parte de los alumnos de un trabajo dirigido y tutelado por el docente, tanto de forma individual como por grupos. Todos los trabajos tendrán que ser expuestos en clase.	60

Observaciones evaluación

Convocatoria ordinariaL

La nota final será la suma de todas las metodologías.

Convocatoria Extraordinaria

La nota será la suma de todas las metodologías. El alumnado podrá guardar la nota de las metodologías que tenga superadas y repetir aquellas que no superase, y que se deberán entregar con fecha tope el día y hora de la fecha oficial de examen

Alumnado con asistencia parcial o dispensa académica deberá ponerse en contacto con los profesores al inicio do curso, debiendo realizar un trabajo tutelado que contará el 100% de la nota

Las condiciones del trabajo de curso se colgarán en el campus virtual al inicio del cuatrimestre.

HONRADEZ ACADÉMICA

Se considerará que se cometen prácticas ilícitas cuando un alumno/a actúa para defraudar o tratar de defraudar a los sistemas de comprobación y evaluación del rendimiento académico así como el incumplimiento de las normas establecidas por el profesor para realización de trabajos. Los trabajos en los que se detecten prácticas ilícitas serán calificados con un 0. Se recuerda al alumnado que el uso de cualquier ayuda o dispositivo en la prueba final está totalmente prohibido, y en caso de utilizar cualquier soporte no permitido quedará automáticamente suspenso

independientemente de la nota obtenida en la prueba mixta y de los trabajos realizados. Cualquier falta de honradez académica (plagio, copiar en exámenes, etc.) se penalizará de acuerdo con lo establecido en artículo 14 de las "Normas de avaliación, revisión e reclamación das cualificacións dos estudos de grao e mestrado universitario".

ATENCIÓN A LA DIVERSIDADLa materia podrá ser adaptada al estudiantado que precise de la adopción de medidas encaminadas al apoyo a la diversidad (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaje o relacionada con la salud mental). De ser el caso, deberán contactar con los servicios disponibles en la UDC/en el Centro: en los plazos oficiales estipulados de manera previa cada cuatrimestre académico, con la Unidad de Atención a la Diversidad (<https://www.udc.es/cufie/adi/apoioalumnado/>); en defecto, con el tutor o tutora

ADI de la Facultad de Turismo.**REGLAMENTO DISCIPLINAR DEL ESTUDIANTADO DE LA UDC (Artículo 11, apartado 4 b)**Calificación de suspenso en la convocatoria en la que se cometa la falta de respeto de la materia en que se cometiese: el/la estudiante será calificado con ?suspenso? (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de la primera oportunidad, se fuese necesario.

PERSPECTIVA DE GÉNEROSegún se recoge en las distintas normativas de aplicación para la docencia universitaria se deberá incorporar la perspectiva de género en esta materia (se usará lenguaje no sexista, se utilizará bibliografía de autores/as de ambos sexos, se propiciará la intervención en clase de alumnos y alumnas...)Se trabajará para identificar y modificar prejuicios y actitudes sexistas y se influirá en el entorno para modificarlos y fomentar valores de respeto e igualdad.Se deberán detectar situaciones de discriminación por razón de género y se propondrán acciones y medidas para corregirlas.

Fuentes de información

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
Complementaria	



Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Técnicas de Comunicación y de Promoción Turísticas/662G01005

Comercialización de Productos Turísticos/662G01031

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

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Promoción y comercialización de destinos y nuevos produtos turísticos/615488003

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías