



Teaching Guide

Identifying Data					2023/24
Subject (*)	Social change, consumption trends and consumer behavior tourist		Code	615524102	
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>				

Study programme competences

Code	Study programme competences
A1	CE1 - Que os estudantes coñezan os principios da planificación e a xestión sustentable
A2	CE3 - Aplicar sistemas de calidade e xestión social, ambiental e económica
A3	CE4 - Que os alumnos aprendan as técnicas de dirección de organizacións públicas e de empresas do sector turístico
A4	CE5 - Que os alumnos teñan coñecementos sobre a normativa que regula as actividades turísticas
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
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
A11	CE2 - Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do turismo para o desenvolvemento integral das sociedades receptoras
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
B2	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidas dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
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
B7	CG2 - Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras



B10	CG5 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
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
C2	CT2 - Comunicarse de xeito afectiva nunha contorna de traballo
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C6	CT6 - Capacidade para interpretar, seleccionar e valorar conceptos adquiridos noutras disciplinas do ámbito turístico
C7	CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidad para adaptarse a novas situacións
C8	CT8 - Comunicar por escrito e oralmente os coñecementos procedentes da linguaxe científica

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Planificar novos destinos e produtos turísticos	AJ1 AJ2 AJ6	BC1 BC2 BC6	CC1 CC2 CC3 CC4
Coñecer o concepto do consumidor turístico	AJ3 AJ4 AJ6 AR1 AR2 AC1 AC2 AC3	BC2 BC3 BC4 BC6 BC9 BC12	CC1 CC3 CC6 CC7 CC8
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, procesos de influencia social e comunicación	AJ1 AJ2 AJ4 AJ6 AR1 AC2 AC3	BC1 BC2 BC10	CC1 CC2 CC3 CC4 CC8
Saber desenvolver e presentar unha análise de estudo do consumidor turístico en diferentes áreas	AJ2 AC2	BC7 BC12	

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 A11 A2 A3 A4 A12 A6 A8 A9 B1 B2 B3 B7 B10 B12 C1 C2 C7	20	31	51
Supervised projects	A6 A10 A8 B1 B2 B3 B10 B12 C1 C3 C4 C6 C8	4	6	10
Collaborative learning	A1 A2 A3 A12 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C6	5	6	11
Oral presentation	A1 A2 B4 B6 B10 B9 B12 C1 C2 C3 C4 C7 C6 C8	1	0	1
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-tutor nos exercicios propostos.
Collaborative learning	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.
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, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Collaborative learning Supervised projects	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



Oral presentation	A1 A2 B4 B6 B10 B9 B12 C1 C2 C3 C4 C7 C6 C8	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.	20
Collaborative learning	A1 A2 A3 A12 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C6	Propondranse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	20
Supervised projects	A6 A10 A8 B1 B2 B3 B10 B12 C1 C3 C4 C6 C8	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

Assessment comments

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

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.

HONRADEZ ACADÉMICA

Considerarase que se comenten prácticas ilícitas cando un alumno/para actúa para defraudar ou tratar de defraudar aos sistemas de comprobación e avaliación do rendemento académico así como o incumprimento das normas establecidas polo profesor para realización de traballos. Os traballos nos que se detecten prácticas ilícitas serán cualificados cun 0. Lémbrese ao alumnado que o uso de calquera axuda ou dispositivo na proba final está totalmente prohibido, e en caso de utilizar calquera soporte non permitido quedará automaticamente suspenso independentemente da nota obtida na proba mixta e dos traballos realizados. Calquera falta de honradez académica (plaxio, copiar en exames etc.)/ etc.) penalizarase #de acordo con o establecido en artigo 14 das "Normas de avaliación, revisión e reclamación das cualificacións dúas estudos de grao e mestrado universitario".

ATENCIÓN Á DIVERSIDADE

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 dispoñibles na UDC/no Centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade (<https://www.udc.es/cufie/adi/apoioalumnado/>); en defecto, co titor ou titora ADI da Facultade de Turismo.

REGULAMENTO DISCIPLINAR DO ESTUDANTADO DA UDC (Artigo 11, apartado 4 b) Cualificación de suspenso na convocatoria na que se cometa a falta de respecto da materia en que se cometese: o/a estudante será cualificado con ?suspenso? (nota numérica 0) na convocatoria correspondente do curso académico, tanto se a comisión da falta prodúcese na primeira oportunidade como na segunda. Para isto, procederase a modificar a súa cualificación na acta da primeira oportunidade, fósese necesario.

PERSPECTIVA DE XÉNERO

Segundo recóllese nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia (usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores/as de ambos os sexos, propiciarse a intervención en clase de alumnos e alumnas...) Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas e influirase na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade. Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e propoñeranse accións e medidas para corrixilas.

Sources of information



Basic	<p>- () .</p> <p>- 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</p>
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.