



Guía Docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Cambio social, as tendencias do consumo turístico e comportamento do consumidor	Código	615524102	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EmpresaPsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	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				
Descrición xeral	<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>			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
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

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
	Planificar novos destinos e produtos turísticos	AP1 AP2 AP6	BM1 BM2 BM6
Coñecer o concepto do consumidor turístico	AP3 AP4 AP6 AI1 AI2 AM1 AM2 AM3	BM2 BM3 BM4 BM6 BM9 BM12	CM1 CM3 CM6 CM7 CM8
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, procesos de influencia social e comunicación	AP1 AP2 AP4 AP6 AI1 AM2 AM3	BM1 BM2 BM10	CM1 CM2 CM3 CM4 CM8
Saber desenvolver e presentar unha análise de estudo do consumidor turístico en diferentes áreas	AP2 AM2	BM7 BM12	

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	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A11 A2 A3 A4 A12 A6 A8 A9 B1 B2 B3 B7 B10 B12 C1 C2 C7	20	31	51
Traballos tutelados	A6 A10 A8 B1 B2 B3 B10 B12 C1 C3 C4 C6 C8	4	6	10
Aprendizaxe colaborativa	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

\*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 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 aprendizaje y la de su 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.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe colaborativa	Os docentes estarán á disposición do alumnado nas tutorías presenciais u online a través de Teams no horario fijado para o mesmo.
Traballos tutelados	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	Descrición	Cualificación



Presentación oral	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
Aprendizaxe colaborativa	A1 A2 A3 A12 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C6	Propondranse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	20
Traballos tutelados	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

## 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

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.

## Fontes de información



<b>Bibliografía básica</b>	<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>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## 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