



Guía Docente				
Datos Identificativos			2015/16	
Asignatura (*)	Cambio social e tendencias do consumo turístico e comportamento do consumidor	Código	615488002	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Novos Produtos Turísticos (plan 2012)			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3
Idioma	Galego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	PsicoloxíaSocioloxía e Ciencia Política da Administración			
Coordinación	Andrade Suarez, Maria JoseClemente Diaz, Miguel	Correo electrónico	maria.andrade@udc.esmiguel.clemente@udc.es	
Profesorado	Andrade Suarez, Maria Jose Caamaño Franco, Iria Clemente Diaz, Miguel López-Cortón Facal, Ana María	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es iria.caamano@udc.es miguel.clemente@udc.es ana.lopez-corton@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O mercado turístico español caracterizouse durante anos por unha especialización case absoluta no denominado turismo de "sol e praia". 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. Ante esta situación, búscase que o alumno coñeza cuales son estes cambios, e que mediante un traballo de campo poida valorar os devanditos comportamentos.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A6	Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
A7	Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan ás innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
A12	Utilizar as metodoloxías científicas axeitadas tanto cualitativas coma cuantitativas
B2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en ámbitos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	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
B5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en boa medida autodirixido ou autónomo.
B7	Comunicarse de xeito efectivo nun ámbito de traballo.
B8	Traballar de forma autónoma con iniciativa.
B9	Traballar de forma colaboradora.
B10	Comportarse con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.
B13	Comunicar por escrito e oralmente os coñecementos procedentes da linguaxe científica.
B14	Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razoamento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.



C3	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.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, da súa tipoloxía en función das necesidades e as súas motivacións		AM6	BM2
		AM7	BM3
		AM12	BM5
			BM7
			BM8
			BM9
			BM10
			BM13
			BM14
		CM1	CM2
		CM3	CM4
		CM7	CM8

Contidos	
Temas	Subtemas
I - Proceso de decisión de compra II - Factores que afectan o comportamento do consumidor III - Actuacións posteriores á compra IV - Características do novo consumidor turístico	

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A6 A7 B9 B3 C3	20	31	51
Traballos tutelados	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B13 B3 B5	4	6	10
Aprendizaxe colaborativa	A12 B7 B8 B10 B14 B2 C1	4	6	10
Discusión dirixida	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B10 B2 C2 C4 C7 C8	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 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.



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.
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	Concíbense como horas de traballo presencial co docente por parte do alumno, para o seguimento o orientación deste. Javier Fernández Fernández Universidade da Coruña E.U. de Turismo Teléfono: 981 160276 E-mail: javierfernandez@udc.es

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Discusión dirixida	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B10 B2 C2 C4 C7 C8	Discusións de distintos temas, planteados anteriormente polo docente.	10
Traballos tutelados	A6 A7 A12 B7 B8 B9 B13 B3 B5	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.	80
Aprendizaxe colaborativa	A12 B7 B8 B10 B14 B2 C1	Propoñanse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	10

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

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 - 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
Bibliografía complementaria	

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Métodos e técnicas de investigación en turismo: técnicas cualitativas/615488007 Métodos e técnicas de investigación en turismo: técnicas cuantitativas/615488008
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