



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data			2018/19	
Subject (*)	Social change, consumption trends and consumer behavior tourist		Code	615524002
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	Galician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	PsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Andrade Suarez, Maria Jose	E-mail	maria.andrade@udc.es	
Lecturers	Andrade Suarez, Maria Jose López-Cortón Facal, Ana María	E-mail	maria.andrade@udc.es ana.lopez-corton@udc.es	
Web				
General description	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.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
------	-----------------------------

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences		
Coñecemento do proceso de decisión do consumidor turístico, da súa tipoloxía en función das necesidades e as súas motivacións			

Contents

Topic	Sub-topic
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	

Planning

Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student's personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech		20	31	51
Supervised projects		4	6	10
Collaborative learning		4	6	10
Directed discussion		0	2	2



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 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.
Supervised projects	Metodoloxía baseada na responsabilidade do alumno, pola súa propia aprendizaxe e o seguimento desa aprendizaxe polo profesor-titor nos exercicios propostos.
Collaborative learning	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.
Directed discussion	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.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Directed discussion Supervised projects Collaborative learning	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

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Directed discussion		Discusións de distintos temas, planteados anteriormente polo docente.	10
Supervised projects		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
Collaborative learning		Propoñanse distintos temas na aula, para afianzar o temario.	10

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

Sources of information	
Basic	- 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.; Olavarria, 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
Complementary	

Recommendations



Subjects that it is recommended to have taken before
Methods and techniques of research in tourism: Qualitative techniques/615488007
Methods and techniques of research in tourism: Quantitative Techniques/615488008
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.