



Guía docente				
Datos Identificativos			2019/20	
Asignatura (*)	Cambio social, tendencias del consumo turístico y comportamiento del consumidor		Código	615524002
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	3
Idioma	Gallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	PsicoloxíaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
Profesorado	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
	Fernandez Fernandez, Javier Luis		javier.fernandez4@udc.es	
	López-Cortón Facal, Ana María		ana.lopez-corton@udc.es	
Web				
Descripción general	El mercado turístico español se ha caracterizado durante años por una especialización casi absoluta en el denominado turismo de "sol y playa". 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. Ante esta situación, se busca que el alumno conozca cuales son estos cambios, y que mediante un trabajo de campo pueda valorar dichos comportamientos.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptarlos a las nuevas exigencias de la demanda y al desarrollo sostenible de las comunidades receptoras
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
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
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
B8	CG3 - Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común
B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
B11	CG6 - Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida
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
C7	CT7 - Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones



Resultados de aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias del título		
Planificar novos destinos e produtos turísticos	AP6 AI1		
Conocimiento del proceso de decisión del consumidor turístico, de su tipología en función de las necesidades y sus motivaciones.	AP7 AI2 AM3	BM9 BM12	CM1 CM7
Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización	AM1	BM1	
- 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		BM4 BM6	
Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común		BM8 BM11	

Contenidos	
Tema	Subtema
I - Proceso de decisión de compra	-Percepción Social
II - Factores que afectan al comportamiento del consumidor	-Técnicas de Influencia Social
III - Actuaciones posteriores a la compra	
IV - Características del nuevo consumidor turístico	

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A12 A7 A9 B9 B12 C1 C7	20	31	51
Trabajos tutelados	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	4	6	10
Aprendizaje colaborativo	A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	4	6	10
Discusión dirigida	B8 B9 B12 C1 C7	0	2	2
Atención personalizada		2	0	2
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte de el docente de los aspectos fundamentales 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 aprendizaje y favorecer la interacción entre el profesor y los estudiantes.
Trabajos tutelados	Metodología basada en la responsabilidad del alumno, por su propia aprendizaje y el seguimiento de esa aprendizaje por tutor en lo ejercicios propuestos.
Aprendizaje colaborativo	Organización de la clase en pequeños 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.
Discusión dirigida	Técnica de dinámica de grupos, en la cual los estudiantes presenciales discuten de forma libre, informal y espontánea sobre un tema, pudiendo estar o no coordinado por el docente. Los estudiantes on line, dispondrán de un espacio de discusión informal para tratar un tema o problema.



Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Discusión dirigida Trabajos tutelados Aprendizaje colaborativo	Se conciben como horas de trabajo presencial con el profesor por parte del alumno, para el seguimiento y orientación de éste. Javier Fernández Fernández Universidade da Coruña E.U. de Turismo Teléfono: 981 160276 E-mail: javier.fernandez4@udc.es Estoy a disposición de los alumnos para tutorías presenciales/online cuando consideren oportuno Durante el curso académico se realizará una atención personalizada y continuada a todos los alumnos matriculados en esta materia, tanto para resolver dudas de las clases presenciales/online, como para tratar temas relacionados los trabajos. Esta atención se realizará via mail y telefónica.

Evaluación

Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Discusión dirigida	B8 B9 B12 C1 C7	Discusiones de distintos temas, planteados anteriormente por el docente,	10
Trabajos tutelados	A6 A7 A10 A9 B11 C1 C7	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.	80
Aprendizaje colaborativo	A8 B1 B4 B6 B9 B12 C1	Se propondrán distintos temas en clase, para afianzar el temario.	10

Observaciones evaluación

En el caso de los alumnos en la modalidad online, el 100% de su evaluación será por un trabajo presentado de forma individual, dirigido por el docente.

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-Baron, A R. y Byrne. (2005). Psicología Social. Madrid. Pearson-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 Alicante
Complementaria	

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Métodos y técnicas de investigación en turismo: técnicas cualitativas/615488007
Métodos y técnicas de investigación en turismo: técnicas cuantitativas/615488008
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Promoción y comercialización de destinos y nuevos productos 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