



Guía docente				
Datos Identificativos				2016/17
Asignatura (*)	Introducción a la Sociología		Código	662G01001
Titulación	Grao en Turismo			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Primero	Formación Básica	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinador/a	Pérez García, Antonia	Correo electrónico	antonia.perezg@udc.es	
Profesorado	Pérez García, Antonia	Correo electrónico	antonia.perezg@udc.es	
Web				
Descripción general	El objetivo de la materia es estudiar las teorías que explican los comportamientos de los actores turísticos, conocer modelos de planificación para el desarrollo turístico sostenible, describir procedimientos de elaboración de productos turísticos, así como adquirir conocimientos mínimos para saber evaluar socialmente la repercusión del turismo.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
A3	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
A5	Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
A7	Reconocer los principales agentes turísticos.
A19	Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
A23	Analizar los impactos generados por el turismo.
A27	Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
B1	Capacidad de análisis y síntesis.
B2	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razonamiento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaje autónomo.
B7	Adaptación a nuevas situaciones.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias del título



- El alumno debe saber definir las teorías que expliquen los comportamientos de los turistas y de los actores (empresarios, administración, etc.) del sistema turístico.	A1	B1	C1
- Saber plantear modelos prácticos de planificación para el desarrollo turístico sostenible.	A3	B2	C2
- Saber cómo se construye un producto turístico, la imagen que se proyecta y cómo se percibe.	A5	B3	C3
- Saber evaluar socialmente la repercusión del turismo para los turistas y para sociedades receptoras	A7	B4	C4
	A19	B5	C5
	A23	B6	C6
	A27	B7	C7
			C8

Contenidos	
Tema	Subtema
1. Las distintas concepciones sociológicas de la realidad aplicadas al turismo.	1.1 Opción multiparadigmática e integrada. 1.2 Paradigmas consenso-conflicto 1.3 Otras teorías aplicadas al turismo
2. Métodos y técnicas de investigación aplicados al turismo	2.1 Metodología pluralista 2.2 Métodos cuantitativos y cualitativos 2.3 Técnicas de recogida y tratamiento de datos de dichos métodos 2.4 Fases del método cuantitativo-deductivo aplicado al turismo
3. Cambio social y turismo: la evolución del turismo en relación con los grandes cambios sociales	3.1 Turismo de nobleza y de burguesía 3.2 Turismo de masas 3.3 Turismo del siglo XXI
4. Tendencias del turismo en el futuro	4.1 Tendencias según la OMT 4.2 Riesgos mundiales o locales y posibles variaciones de las previsiones turísticas 4.3 Sociedades de la información
5. Las funciones del turismo para los turistas. las motivaciones de los turistas.	5.1 Funciones del turismo: perspectiva de la liberación y realización humanas, perspectiva crítica. 5.2 Las motivaciones de los turistas
6. La construcción social de los productos turísticos	6.1. Fases en la construcción social de los recursos-productos turísticos y de las necesidades de los turistas. 6.2. Objetivación de los recursos turísticos. Perspectiva de la autenticidad. 6.3. El ciclo de vida de los recursos-productos-destinos turísticos
7. Repercusiones del turismo en el desarrollo integral de las sociedades	7.1. El paradigma del desarrollo integral del espacio social. 7.2. Distintos capitales que contribuyen al desarrollo integral. 7.3. Metodología de análisis.
8. Los planes estratégicos de desarrollo turístico: contenidos, estructura y metodología	8.1. Modelos de planificación turística 8.2. Contenidos y estructura del plan 8.3. Metodología 8.4. Ejemplos de planes turísticos
9. Imagen proyectada y percibida de los productos turísticos	9.1 La creación de la imagen proyectada 9.2 La imagen percibida, satisfacción y comportamiento del consumidor
10. El comportamiento del consumidor turístico	10.1 Estudios macrosociológicos de la demanda turística 10.2 Estudios microsociológicos

Planificación



Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8	10	30	40
Prueba objetiva	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B3 B4 B5 B6 B7 C4 C5 C6 C7 C8	2	6	8
Sesión magistral	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C4 C5 C6 C7 C8	25	37.5	62.5
Estudio de casos	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C4 C5 C6 C7 C8	5	12.5	17.5
Lecturas	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	5	15	20
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
Trabajos tutelados	A lo largo del curso el alumno deberá realizar un trabajo en grupo sobre un tipo de turismo (a elegir) donde se analizará desde la perspectiva sociológica: concepto, breve evolución histórica, variables a analizar desde diferentes paradigmas de estudio e implicaciones del estudio. El trabajo está sujeto a exposición oral.
Prueba objetiva	Examen mixto de dos partes: test y preguntas de desarrollo.
Sesión magistral	En las sesiones magistrales se expondrán las teorías y fundamentos claves para la adquisición de conocimientos en esta materia.
Estudio de casos	Visionado de películas que tratan el turismo desde una perspectiva sociológica. Después de su análisis habrá que contestar a unas cuestiones concretas sobre la misma. Esta parte será planteada y resuelta en los seminarios.
Lecturas	Análisis sobre lecturas que tratan algunos ejemplos de casos turísticos desde la vertiente sociológica. Habrá que contestar a unas cuestiones concretas sobre las lecturas. Esta parte será planteada y resuelta en los seminarios.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción



Lecturas Trabajos tutelados Estudio de casos	A lo largo del curso el alumno deberá realizar un trabajo en grupo sobre un tipo de turismo (a elegir) donde se analizará desde la perspectiva sociológica: concepto, breve evolución histórica, variables a analizar desde diferentes paradigmas de estudio e implicaciones del estudio. El trabajo está sujeto a exposición oral. Visionado de películas que tratan el turismo desde una perspectiva sociológica. Después de su análisis habrá que contestar a unas cuestiones concretas sobre la misma. Esta parte será planteada y resuelta en los seminarios. Análisis sobre lecturas que tratan algunos ejemplos de casos turísticos desde la vertiente sociológica. Habrá que contestar a unas cuestiones concretas sobre las lecturas. Esta parte será planteada y resuelta en los seminarios. Todos estos trabajos suponen una atención personalizada de control y seguimiento.
--	--

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Lecturas	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	Análisis sobre lecturas que tratan algunos ejemplos de casos turísticos desde la vertiente sociológica. Habrá que contestar a unas cuestiones concretas sobre las lecturas. Esta parte será planteada y resuelta en los seminarios.	10
Trabajos tutelados	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8	A lo largo del curso el alumno deberá realizar un trabajo en grupo sobre un tipo de turismo (a elegir) donde se analizará desde la perspectiva sociológica: concepto, breve evolución histórica, variables a analizar desde diferentes paradigmas de estudio e implicaciones del estudio. El trabajo está sujeto a exposición oral.	20
Prueba objetiva	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B3 B4 B5 B6 B7 C4 C5 C6 C7 C8	Examen mixto de dos partes: test y preguntas de desarrollo.	60
Estudio de casos	A1 A3 A5 A7 A19 A23 A27 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C4 C5 C6 C7 C8	Visionado de películas que tratan el turismo desde una perspectiva sociológica. Después de su análisis habrá que contestar a unas cuestiones concretas sobre la misma. Esta parte será planteada y resuelta en los seminarios.	10

Observaciones evaluación



Trabajos tutelados, estudio de casos y lecturas son trabajos obligatorios para la evaluación y el alumno tendrá que obtener un mínimo de 4 para hacer media con el examen, siempre y cuando la media de ambas partes sumen un aprobado (5)

1ª Oportunidad: la parte práctica tiene un

valor de un 40%, la parte teórica tiene un valor de un 60%. Aquellos que no

tengan un mínimo de un 4 en la parte práctica tienen que hacer un examen de un

100% de cualificación para ambas partes.

Se permite una dispensa de asistencia máxima de un 20%.

2ª Oportunidad: se guarda la nota de la parte práctica de trabajos obligatorios hechos, en caso de tener mínimo un 4 en la misma, durante el curso.

El alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa

académica de exención de asistencia, solicitada oficialmente a la EUT-CENP

podrá hacer los trabajos obligatorios, no presenciales y hacerlos llegar al profesor para su evaluación, estos alumnos tendrán que hacer el examen de un 80% de calificación siempre que lleguen a un mínimo de un 4 en la parte práctica. En el caso de no aprobar los trabajos, el examen será sobre la calificación de un 100%.

Fuentes de información

Básica	- Alvarez Sousa, Antonio (2011). Teoría sociológica y turismo. A Coruña, Netbiblo - Alvarez Sousa, Antonio (2009). Sociología del Turismo. Madrid, Centro de Estudios Financieros - Alvarez Sousa, Antonio (1994). El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona, Bosch Casa Editorial - Berger y Lukmann (1971). La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu - García Ferrando, M y otros (1992). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza - Knebel, H.J. (1960). Sociología del Turismo. Cambios estructurales en el turismo. Editorial Hispano Europea - Ritzer, G (1993). Teoría sociológica contemporánea. México Mc Graw-Hill
Complementaria	- Bourdieu, P (1989). La distinción. Madrid, Taurus - Coberta, P. (2003). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid. Mc-Graw Hill - Dumazedier, Kaes René y otros (1971). Ocio y sociedad de clases. Barcelona, Fontanella - Goffman, Erving (1971). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires, Amorrortu - Kuhn, T (1975). La estructura de las revoluciones científicas. México, Fondo de Cultura Económica - Maslow, A.H. (1963). Motivación y personalidad. Barcelona, Sagitario - Mills, C.W. (1973). White-collar: las clases medias en Norteamérica. Madrid, Aguilar - Molina, S. (2006). El posturismo, Turismo y posmodernidad. Editorial Trillas - Rial Boubeta, A (2008). Una aplicación turística para el estudio de la imagen de marca de un destino turístico. Pasos, Vol 6 - Veblen, T. (1971). Teoría de la clase ociosa. México, Fondo de Cultura Económica

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Técnicas de Comunicación y de Promoción Turísticas/662G01005

Márketing Turístico/662G01016

Asignaturas que continúan el temario

Métodos y Técnicas de Investigación en Turismo/662G01024

Gestión Pública del Turismo/662G01032

La Imagen de los Productos y Destinos Turísticos en los Medios de Comunicación/662G01046

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