



**FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID**

FICHA DE LA ASIGNATURA

Titulación: GRADO EN TURISMO			
Departamento: Antropología Social y Psicología Social			
Nombre de asignatura: Psicología Social del Turismo		Código: 800046	Tipo: Optativa
Nivel: GRADO	Curso: 3º-4º	Semestre: 2º	Créditos ECTS: 6
Coordinador/a de la asignatura Ver listado de coordinadores/as de las asignaturas			
Objetivos: Dotar al alumno de los conocimientos específicos de la psicología social que son fundamentales para su formación y que le permitirán establecer un vínculo apropiado e idóneo con los usuarios de los servicios turísticos. Dotarlo asimismo de las herramientas básicas que le permitan analizar los factores del entorno involucrados en la dinámica de las actividades turísticas con el fin de que sea capaz de identificar los agentes biológicos y psicosociológicos de las personas y los grupos y pueda, de esta manera, contribuir eficazmente en la toma de decisiones. Contribuir a la comprensión del alumno de la diversidad cultural de los individuos involucrados en las actividades turísticas respetando sus valores, usos y costumbres			

Competencias o destrezas que se van a adquirir:

Generales:

CG3: Resolución de problemas.

CG4: Razonamiento crítico.

Otras competencias:

Compromiso ético.

Creatividad.

Iniciativa y espíritu emprendedor.

Motivación por la calidad

Específicas

CE1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.

CE3: Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.

CE7: Reconocer los principales agentes turísticos.

CE13: Manejar técnicas de comunicación.

CE18: Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad.

CE24: Trabajar en medios socioculturales diferentes.

Prerrequisitos para cursar la asignatura:

Ninguno

Breve descripción de contenidos:

- 1- Antecedentes históricos y conceptos fundamentales de la psicología social del turismo.
- 2- Enfoque psicosociológico del turismo
- 3- Interacción social
- 4- Ocio y tiempo libre
- 5- El turista
- 6- Motivación y satisfacción turística
- 7- Metodología de investigación y psicosociología del turismo

Bibliografía básica:

Alvarez Sousa, A. (1994). *El ocio turístico en las sociedades industrializadas avanzadas*. Barcelona: Bosch. Análisis sociológico del fenómeno turístico.

Alvaro, J. L.; Garrido, A. y Torregrosa, J. R. (1996). *Psicología social aplicada*. Madrid: McGraw Hill. Incluye un capítulo sobre la psicología social del ocio.

Argyle, M. (1987). *Psicología de la felicidad*. Madrid: Alianza. Aborda el ocio como una de las bases de la calidad de vida y la felicidad.

Barriga, S. y León, J. M. (1993). *Aspectos psicosociales del ambiente la conducta deportiva y el fenómeno turístico*. Sevilla: Eudema. Incluye varios de los primeros trabajos sobre psicología social del ocio y el turismo en España

Castaño, J. M.(2005). *Psicología social de los viajes y del Turismo*. Thomson. Madrid

Escuela de Turismo (1995). *Turismo y tiempo libre*. Bilbao: Deusto. Compendio de diferentes trabajos, provenientes de la psicología social, sociología, economía y derecho, sobre el fenómeno turístico.

Gaviria, M.; Iribas, J. M.; Monterde, M.; Sabbah, F.; Sanz, J.R. y Udina, E. (1974). *España a Go-Go. Turismo Charter y neocolonialismo del espacio*. Madrid: Turner. Primer trabajo, en nuestro país, que analiza el fenómeno turístico.

Gete, E. (1987). *Tiempo de ocio*. Barcelona: Plaza y Janés.

Jurdao Arrones, F. (1992). *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion. Se analiza el impacto del turismo en las comunidades en las que se asienta.

Layard, R. (2005). *La felicidad. Lecciones de una nueva ciencia*. Madrid: Taurus.

Montaner, J. (1996). *Psicosociología del turismo*. Madrid: Síntesis.

Munne, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. México: Trillas. Primer análisis del ocio, en nuestro país, desde la psicología social.

San Martín, J. (1994). La experiencia turística: cambio de actitudes y proceso de diferenciación en la relación turista residente. Málaga: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Málaga.

San Martín, J. (1997). *Psicosociología del ocio y el turismo*. Málaga: Aljibe...

San Martín, J. y Perles, F. (2003). Percepción del impacto turístico. *Encuentros en Psicología Social*, Vol 1, nº 3, pp. 105-109.

San Martín, J. (2005). Ocio y turismo. En F. Expósito y M. Moya. *Aplicando la Psicología Social*. Madrid: Pirámide.

Turner, L. y Ash, J. (1991). *La horda dorada*. Madrid: Endymion. Se analiza el impacto del turismo en las comunidades en las que se asienta.

Urbain, J. D. (1993). *El idiota que viaja*. Madrid: Endymion.

Actividades Formativas y su peso en créditos ECTS (indicar en cada apartado el número o de ECTS que corresponden):

La orientación metodológica será fundamentalmente práctica a través del análisis de casos concretos. En el desarrollo de las clases se promoverán diversas formas de participación como las dinámicas grupales, los trabajos prácticos individuales y grupales, las observaciones y los trabajos de campo

Total horas: 150 (6 ECTS)

Asistencia y participación activa en clase: 2,5 ECTS

Trabajo guiado: entre 0,5 y 1,5 ECTS

Trabajo autónomo del/la alumno/a: entre 1,5 y 2,0 ECTS

Trabajo grupal del/la alumno/a: entre 0 y 1 ECTS

Otras actividades: entre 0 y 1 ECTS

Total hora: 150 (6 ECTS)

Sistemas de evaluación (indicar en cada apartado el porcentaje que corresponde

- Realización de un examen final del contenido teórico-práctico: 60%

- Realización individual o en grupo de un trabajo de aplicación de los conocimientos adquiridos que se expondrá en clase: 30%

- Participación activa en las clases y las practicas: 10%

Idioma en que se imparte: Español

Más información: