FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

DE MADRID

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Sociología del Turismo y del Ocio.	**Código**	800007
Módulo	Formación básica	**Materia**	Sociología
Carácter	Básica	**Créditos**	6.0
Curso	1º	**Semestre**	1º

Departamento Responsable	Sociología Aplicada
Coordinador/a	**Ver listado de Coordinadores/as** https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR *(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "contenidos")*
La asignatura consiste en una introducción a los conocimientos sociológicos aplicados al ámbito del turismo mediante la capacitación de los/as estudiantes en la comprensión de los estudios disponibles en esta disciplina y en el análisis de la información empírica significativa. Se estudiarán las dimensiones sociales, espaciales, culturales, políticas, laborales, económicas y ambientales del turismo, explicando su carácter dinámico y evolutivo, y conociendo las cualidades de los principales agentes turísticos. Se analizarán también los distintos impactos generados por el turismo a escala global y con una atención especial al caso español.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE
(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)

-Conocer las principales teorías y conceptos de la sociología aplicada al turismo
-Comprender los estudios sociológicos realizados sobre el turismo
-Capacitar en la búsqueda y análisis de información sociológica relevante
-Reflexionar críticamente sobre las dimensiones, causas, consecuencias, contextos y tendencias sociales relacionadas con el turismo

COMPETENCIAS *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

Generales:
CG1 Capacidad de análisis y de síntesis
CG2 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
CG3 Resolución de problemas
CG4 Razonamiento crítico

Específicas:
CE1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
CE3: Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual 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.

CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)

1/ La perspectiva sociológica sobre el turismo y el ocio
1/1 Métodos y técnicas de investigación aplicadas al turismo. Las fuentes
1/2 Evolución histórica del concepto de ocio y el turismo
1/3 Evolución y perspectivas teóricas en sociología del turismo
2/ Sociología del sistema turístico
2/1 Procesos sociales de producción y gestión del turismo
2/2 Agentes sociales turísticos: turistas, receptores y promotores
2/3 Consecuencias sociales del turismo en las sociedades receptoras
3/ Análisis sociológico de los tipos de turismo
3/1 Según las motivaciones, productos y prácticas
3/2 Según las variables sociodemográficas, socioeconómicas y socioculturales
3/3 Según los ámbitos espaciales y medioambientales
4/ El futuro del turismo-tendencias sociales

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55

Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Pruebas orales y/o escritas	0-60%
Trabajo e informes	0-40%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	0-20%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

LATIESA RODRÍGUEZ, M., GARCIA FERRANDO, M., ÁLVAREZ SOUSA, A. (coords.) (2009): Sociología del Ocio y del Turismo: Tipos, Planificación y Desarrollo. Granada: EUG, Universidad de Granada.

RUBIO GIL, A. (coord) (2003): Sociología del turismo. Barcelona: Ariel.

AMAT LLOMBART, Pablo; RAMÓN FERNÁNDEZ, Francisca (2004:) Curso de sociología del turismo y del ocio. Valencia: Tirant Lo Blanch.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ÁLVAREZ SOUZA, A. (1994) El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Bosch.

AYALA H, MARTIN R, MASIQUES J. (2003) El turismo de sol y playa en el siglo XXI.

CANOVES VALIENT, G, HERRERA JIMENEZ L, VILLARINO PEREZ, M (2005) Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. Rev cuadernos de turismo. Nº 15.

COHEN, E. (2004) Contemporary Tourism. Diversity and Change. Elsevier.

DE ESTEBAN, J. (2008) Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos. Dykinson.

DÍAZ MARTÍNEZ, J.A., MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. (2003) Sociología del Turismo. UNED.

HUETE, Raquel (2009) Turistas que llegan para quedarse. Una explicación sociológica sobre la movilidad residencial. Alicante: Universidad de Alicante.

JAFARI, J. (ed) (2002) Enciclopedia del turismo. Madrid: Síntesis.

KNEBEL, HANS (1974): Sociología del Turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno, Editorial Hispano Europea, Barcelona.

MACCANNELL, D. (2003) El turista: Nueva teoría de la clase ociosa. Melusina.

MARTÍNEZ, Alberto (2011) Turismo 2.0: iniciando el despegue. Oviedo: Septem.

MAZÓN, T. (2001) Sociología del turismo. Centro de Estudios Ramón Areces. Curso Académico 2014-15.

MONOGRAFICO DE POLITICA Y SOCIEDAD, Nº 42 (2005) ¿SOCIOLOGIA DEL TURISMO?

MONATANER MONTEJANO JI (2006) Estructura del mercado turístico. Madrid Síntesis.

RUBIO GIL, A. (coord) (2003) Sociología del turismo. Ariel.

VEBLEN, T. (1971): Teoría de la clase ociosa. Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

Idioma en que se imparte

Castellano

Otra información

Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre.

https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60

Cronograma de la Asignatura

Ejemplo de las cuatro primeras semanas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Día 1*	G1 presencial G2 streaming	*online*	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
Día 2*	G1 presencial G2 streaming	*online*	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z*.

*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

Duración de las clases:

- Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.
- Las clases *online* tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.