

## DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

|                         |  |                         |            |
|-------------------------|--|-------------------------|------------|
| <b>Asignatura</b>       | Sociología del Turismo y del Ocio                | <b>Código</b>           | 901153     |
| <b>Módulo</b>           | Formación Básica                                 | <b>Materia</b>          | Sociología |
| <b>Carácter</b>         | Básica   | <b>Créditos</b>         | 6.0        |
| <b>Plan de estudios</b> | DT12 – Doble Grado en Turismo-Comercio (2016-17) | <b>Curso y Semestre</b> | 1º / 1º    |

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Departamento responsable</b>       | Sociología Aplicada  |
| <b>Coordinador/a de la asignatura</b> | Carlos Echaves García<br><b>Ver listado de Coordinadores/as</b><br><a href="https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas">https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas</a> |
| <b>Curso académico</b>                | 2021/2022  |

### SINOPSIS

#### BREVE DESCRIPTOR

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.

#### OBJETIVOS FORMATIVOS

##### Resultados de aprendizaje

Los/as alumnos/as: ·

- Aprenderán a descubrir los principales impactos socioculturales del turismo.
- Sabrán reconocer el turismo y el ocio como fenómeno social.
- Identificarán los diferentes tipos de empresas turísticas y tendrán nociones básicas sobre sus áreas funcionales.

##### Competencias

###### Generales:

- CG1 Capacidad de análisis y de síntesis
- CG2 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- CG3 Resolución de problemas

###### Específicas:

CE1 - Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica  
Comprender los distintos aspectos de la actividad turística desde un punto de vista transversal, en especial las relaciones del sector con su entorno, las conductas del turista y las interrelaciones en el destino

CE3 - Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio  
Comprender la progresiva complejidad y diversificación del turismo como producto para mantener una actitud positiva y racional

en el desarrollo de la actividad y poder adoptar decisiones abiertas y reflexivas en la actual sociedad de ocio

CE7 - Reconocer los principales agentes turísticos Adquirir conocimientos relacionados con la identificación global de los diferentes agentes que participan activamente en la configuración del mercado turístico para identificar qué actor puede resolver las cuestiones surgidas en el ejercicio de la actividad y poder presentar y negociar ante distintos actores proyectos turísticos

CE13 - Manejar técnicas de comunicación Adquirir habilidades de comunicación para su aplicación en los ámbitos interno y externo de las empresas y organizaciones turísticas

CE18 - Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad Estudiar los impactos del turismo y concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico teniendo en cuenta criterios medioambientales, socio-culturales y económicos para asegurar los principios de sostenibilidad

CE24 - Trabajar en medios socioculturales diferentes Desarrollar aptitudes y sensibilidad para comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes, ya sea en países extranjeros como en su propia ciudad

## 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 |
|--|-------|----------------|
| Trabajo guiado   | 27.5  | 55 %           |
| Actividades de evaluación: exámenes y participación activa en clase que permitirán al estudiante y al profesor medir las competencias adquiridas en la materia | 45    | 100%           |
| Trabajo autónomo del/la alumno/a   | 40    | 0%             |
| Trabajo grupal del/la alumno/a   | 25    | 0%             |
| Otras actividades  | 12.5  | 0%             |

## EVALUACIÓN

| Sistema de evaluación  | Participación en la nota final |
|--|--------------------------------|
| Pruebas orales y/o escritas  | 60%                            |
| Presentación en clase  | 10%                            |
| Trabajos en equipo y/o individuales e informes                           | 20%                            |
| Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre | 10%                            |

## RECURSOS

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

LATIESA RODRÍGUEZ, M., GARCIA FERRANDO, M., ALVAREZ 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. Revista 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.

## INFORMACIÓN ADICIONAL

### ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19

#### Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022

Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.

Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022:  
<https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-crisis-covid-19>

### IDIOMA EN QUE SE IMPARTE

Castellano