

Fecha de aprobación: 20/06/2022

Guía docente de la asignatura

Sociología del Turismo y del Ocio (23811A1)

Grado	Grado en Turismo	Rama	Ciencias Sociales y Jurídicas				
Módulo	Turismo y Ocio	Materia	Sociología del Turismo y del Ocio				
Curso	4 ^o	Semestre	1 ^o	Créditos	6	Tipo	Optativa

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Ninguno

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

- Conceptos básicos sobre sociología.
- Conceptualización y tipologías de turismo.
- Metodología de la investigación social para el turismo.
- Evolución histórica de la sociología del turismo.
- El estudio del turismo desde la perspectiva sociológica.
- Turismo sociedad y desarrollo.
- Efectos socioculturales del turismo.
- Las motivaciones del viaje y del turista.
- Internacionalización y globalización del turismo.
- El turismo en Andalucía y en Granada.
- La sociología del ocio.
- Ocio, espacio y tiempo.
- El ocio en las sociedades desarrolladas.

COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Capacidad de análisis y síntesis.
- CG02 - Capacidad de organización y planificación.
- CG05 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
- CG06 - Capacidad de gestión de la información.
- CG07 - Resolución de problemas.
- CG08 - Toma de decisiones.



- CG09 - Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica.
- CG10 - Trabajo en equipo.
- CG13 - Habilidades en las relaciones interpersonales.
- CG14 - Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad.
- CG15 - Razonamiento crítico.
- CG16 - Compromiso ético.
- CG17 - Aprendizaje autónomo.
- CG21 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.
- CG22 - Iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG23 - Motivación por la calidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE09 - Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- CE22 - Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- CE43 - Trabajar en medios culturales diferentes

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT02 - Conocer, comprender y aplicar los distintos modelos económicos para aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad y ser capaz de conocer los criterios de elección económica de los distintos agentes que conforman la sociedad .

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Aportar una visión del turismo y del ocio como dinámica y actividad inscrita en el marco social.
- Adquisición de conocimientos científicos, métodos y conceptos básicos para el análisis de los fenómenos turísticos y de ocio como parte del contexto social, de sus efectos en el mismo, así como del papel de sus profesionales.
- Desarrollo y enriquecimiento de la capacidad personal de análisis de la realidad turística y de ocio a través del estudio de su naturaleza social.
- Dotar al estudiante de una perspectiva sociológica que complemente la formación sobre el fenómeno turístico que ha recibido en el curso del Grado en Turismo y le permita contemplar los conocimientos adquiridos bajo otro prisma.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Tema 1. Conceptos básicos.

1.1. El estudio de la sociedad.

1.2. La realidad social.



1.3. Las perspectivas sociológicas.

1.4. Herramientas fundamentales de la sociología.

Tema 2. Conceptualización y tipologías del turismo.

2. 1. Delimitación del concepto del turismo.

2. 2. Características del turismo.

2. 3. El sistema turístico.

2. 4. Tipologías del turismo. Actividades turísticas.

Tema 3. Metodología de la investigación social para el turismo.

3. 1. El proceso circular de la investigación científica.

3. 2. Fuentes de información en turismo.

3. 3. Técnicas de recogida de datos.

3. 4. El proceso investigador.

3. 5. La encuesta y el diseño del cuestionario.

Tema 4. El turismo desde un marco de análisis sociológico.

4. 1. Sociología, sociología global y sociología del turismo.

4. 2. Los viajes y el ocio con el sistema de transportes en las sociedades humanas.

4. 3. Los clásicos.

4. 4. Estudios iniciales sobre el turismo.

4. 5. La sociología del turismo.

4. 6. La sociología del turismo en España.

Tema 5. Turismo, sociedad y desarrollo. Los efectos del turismo en las sociedades actuales.

5. 1. El turismo como agente de cambio social.

5. 2. Impactos sociales y culturales en las poblaciones y zonas turísticas.

5. 3. Impactos medioambientales y repercusiones económicas.

Tema 6. Las motivaciones del viaje y del turista.

6. 1. Turismo y elección racional.

6. 2. El significado subjetivo del viaje.



6. 3. Las expectativas del turista: la experiencia y la autenticidad.

Tema 7. Internalización y globalización del turismo.

7. 1. Características del turismo internacional: evolución y principales tendencias regionales.

7. 2. Estadísticas internacionales, estudios y observatorio turístico.

Tema 8. El turismo en Andalucía y en Granada.

8. 1. Turismo y estereotipia.

8. 2. El sistema social del turismo en Granada.

Tema 9. La sociología del ocio.

9.1. El ocio y la recreación en las sociedades.

9.2. Sociología del ocio: manifestaciones y funciones sociales.

9.3. Motivación, satisfacción y consumo en el turismo y ocio.

PRÁCTICO

(APLICACIÓN PRÁCTICA EN UNA INVESTIGACIÓN SOCIAL DE LOS TEMAS 2,4,5,6,7,8 Y 9)

Tema 1. Conceptos básicos.

1.1. El estudio de la sociedad.

1.2. La realidad social.

1.3. Las perspectivas sociológicas.

1.4. Herramientas fundamentales de la sociología.

Tema 2. Conceptualización y tipologías del turismo.

2. 1. Delimitación del concepto del turismo.

2. 2. Características del turismo.

2. 3. El sistema turístico.

2. 4. Tipologías del turismo. Actividades turísticas.

Tema 3. Metodología de la investigación social para el turismo.

3. 1. El proceso circular de la investigación científica.

3. 2. Fuentes de información en turismo.

3. 3. Técnicas de recogida de datos.



3. 4. El proceso investigador.

3. 5. La encuesta y el diseño del cuestionario.

Tema 4. El turismo desde un marco de análisis sociológico.

4. 1. Sociología, sociología global y sociología del turismo.

4. 2. Los viajes y el ocio con el sistema de transportes en las sociedades humanas.

4. 3. Los clásicos.

4. 4. Estudios iniciales sobre el turismo.

4. 5. La sociología del turismo.

4. 6. La sociología del turismo en España.

Tema 5. Turismo, sociedad y desarrollo. Los efectos del turismo en las sociedades actuales.

5. 1. El turismo como agente de cambio social.

5. 2. Impactos sociales y culturales en las poblaciones y zonas turísticas.

5. 3. Impactos medioambientales y repercusiones económicas.

Tema 6. Las motivaciones del viaje y del turista.

6. 1. Turismo y elección racional.

6. 2. El significado subjetivo del viaje.

6. 3. Las expectativas del turista: la experiencia y la autenticidad.

Tema 7. Internalización y globalización del turismo.

7. 1. Características del turismo internacional: evolución y principales tendencias regionales.

7. 2. Estadísticas internacionales, estudios y observatorio turístico.

Tema 8. El turismo en Andalucía y en Granada.

8. 1. Turismo y estereotipia.

8. 2. El sistema social del turismo en Granada.

Tema 9. La sociología del ocio.

9.1. El ocio y la recreación en las sociedades.

9.2. Sociología del ocio: manifestaciones y funciones sociales.

9.3. Motivación, satisfacción y consumo en el turismo y ocio.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- Álvarez Sousa, A. (1994). El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Barcelona: Bosch.
- Álvarez Sousa A, Mantecón A y Puertas-Cañaverl I. (2019). Sociología del Turismo. Madrid. Editorial. CIS.
- Latiesa, M. y Álvarez, A. (2000). El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo. Granada. Urbano.
- Martínez Quintana, V. (2011). Turismo y Ocio en las sociedades. Dinamismo, desarrollo turístico y riesgos. Madrid: UNED.
- Martínez Quintana, V. (2006). Ocio y turismo en la sociedad actual. Madrid: McGraw-Hill.
- Requena, F. & Ayuso, L. (Coords.). (2018). Estrategias de investigación en las ciencias sociales. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Rubio Gil, A. (coord.). (2003). Sociología del turismo. Barcelona: Ariel.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Baudrillard, J. (2007). La sociedad de consumo. Madrid: Siglo XXI.
- Caffarell Serra, C. (1992). El ocio y los medios de comunicación de masas. REIS, 57, 213-226.
- Castillo, R. (2002). Turismo cultural. Los estudiantes extranjeros en la Universidad de Granada. Granada: Universidad de Granada.
- Elias, N. & Dunning, E. (1992). Deporte y ocio en el proceso de la civilización. México: FCE.
- Knebel, H. J. (1974). Sociología del turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno. Barcelona: Ed. Hispano-Europea.
- Lafargue, P. (1998). El derecho a la pereza. Madrid: Fundamentos.
- Lanquar, L. (2001). Marketing turístico. Barcelona: Ariel.
- Latiesa, M. (2000). Granada y el turismo. Granada: Universidad de Granada.
- Latiesa, M. (2001). Evolución y tendencias de la conexión entre turismo y deporte. En Latiesa, M., Martos P. & Paniza, J. L., Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI, Madrid: Librerías Deportivas Sanz.
- Lavarini, R. (1998). Sociología del turismo. Milán: Cooperativa Libreria IULM.
- Maiztegui, C. (2002). Matices y relaciones entre educación del ocio y otros conceptos afines. Boletín del Centro de Documentación en Ocio, 23, 15-20.
- Mantecón, A. (2008). La experiencia del turismo. Icaria: Barcelona.
- Martos, P. (2002). El sistema turístico-deportivo de las estaciones de esquí y montaña españolas. Granada: Universidad de Granada.
- Mazón, T. (2001). Sociología del turismo. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Montaner, J. (1996). Psicosociología del turismo. Madrid: Síntesis.
- Montaner, J. (2001). Estructura del mercado turístico. Madrid: Síntesis.
- O. M. T. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Rodríguez González, P. (2007). Los andaluces y el turismo. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (1994). Ocio y estilos de vida (Informe FOESSA). Madrid: Fundación FOESSA.
- San Martín García, J. E. (1997). Psicosociología del ocio y el turismo. Málaga: Aljibe.
- Simmel, G. (1988). Sobre la aventura: ensayos filosóficos. Barcelona: Península.
- Veblen, Th. (2004). Teoría de la clase ociosa. Madrid: Alianza.
- Vogeler, C. & E. Hernández (2001). El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.



ENLACES RECOMENDADOS

Asociación Americana de Sociología: <http://www.asanet.org/>

Asociación Española de Sociología: <http://www.fes-web.org>

Agencia de Información Estadística
Europea: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

Asociación Internacional de Sociología: <http://www.isa-sociology.org/>

Centro de Investigaciones Sociológicas: www.cis.es

Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es

Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <https://turismo.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx>

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 - Docencia presencial en el aula
- MD02 - Estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones.
- MD03 - Tutorías individuales y/o colectivas y evaluación

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

A) Memoria y presentación del trabajo del curso de acuerdo con la orientación del profesor (60% calificación final).

B) Pruebas teóricas, ejercicios y actividades de los seminarios (30% calificación final).

C) Asistencia y participación activa en clase (presencial o virtual) (10% calificación final).

El sistema de evaluación, régimen de convocatorias, compensación curricular, exámenes de incidencias, calificación y revisión de las calificaciones de las asignaturas cursadas por los estudiantes de las enseñanzas oficiales de Grado de este centro quedará regulado por la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada en Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013.

<http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ngc7121>

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

La convocatoria extraordinaria consistirá en una prueba escrita a la que podrán concurrir



todos/as los estudiantes, con independencia de haber seguido la evaluación continua, pudiendo obtener hasta el 100% de la calificación final.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Los/as alumnos/as que no sigan la metodología de evaluación continua, tienen derecho a una evaluación final única en la fecha establecida por la facultad, pero deberán solicitarlo en la Secretaría del Departamento durante las dos primeras semanas de curso de cada semestre o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de la asignatura. En este segundo caso se solicitará por procedimiento electrónico al Director/a de Departamento.

Los/as alumnos/as que se acojan a la evaluación única final y no se presenten a las pruebas finales tendrán la calificación de “No presentado”.

