GUIA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO

Curso 2016-2017

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
Turismo y Ocio	Sociología del Turismo y del Ocio	4º	1º	6	Optativa

PROFESORA	DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)
• Bárbara Contreras Montero	Dpto. de Sociología, planta Ático, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. C/ Rector López Argüeta s/n. 18071 Granada. Teléfono: 958 24 80 02 Correo electrónico: barbaracm@ugr.es
	HORARIO DE TUTORÍAS
	Puede ser consultado en el tablón de anuncios del Departamento de Sociología, así como en la web del Departamento: http://www.ugr.es/~sociologia/

GRADO EN EL QUE SE IMPARTE

Grado en Turismo

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)

Conceptos básicos sobre sociología. Conceptualización y tipologías del 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 GENERALES Y ESPECÍFICAS

COMPETENCIAS GENERALES:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Comunicación oral y escrita.
- Razonamiento crítico.
- Trabajo en equipo.
- Aprendizaje autónomo.
- Responsabilidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- Habilidad para aplicar los conocimientos a la práctica.
- Trabajar en medios socioculturales diferentes.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- 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 otra luz.

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TEMARIO 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. La “teoría de Andalucía” (Ortega y Gasset).
8. 3. El sistema social del turismo en Granada.

Tema 9: la dimensión de género: el turismo sexual.
9. 1. Aproximación básica sobre cuestiones de género.
9. 2. Factores que promueven la prostitución en el turismo sexual.
9. 3. Prostitución infantil y actuaciones contra el turismo sexual.

Tema 10. La sociología del ocio.
10. 1. El ocio y la recreación en las sociedades.
10 .2. Sociología del ocio: manifestaciones y funciones sociales.
10. 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.
LATIESA, M. & A. ÁLVAREZ (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,* Ediciones Académicas, UNED, Madrid.
MARTÍNEZ QUINTANA, V. (2006): *Ocio y turismo en la sociedad actual*, Madrid: McGraw-Hill.
RUBIO GIL, A. (coord.) (2003): *Sociología del turismo*, Barcelona: Ariel.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

BAUDRILLARD, J. (2007): *La sociedad de consumo*, Madrid: Siglo XXI.
BIGNÉ, E. & L. ANDREU (2006): "Emociones y satisfacciones del consumidor como experiencia de ocio", en *Revista de Estudios de Ocio*, 26, Universidad de Deusto.
CAFFARELL SERRA, C. (1992): "El ocio y los medios de comunicación de masas", en *REIS*, 57, pp. 213-226.
CASTILLO, R. (2002): *Turismo cultural. Los estudiantes extranjeros en la Universidad de Granada*, Granada: Universidad de Granada.
EIZAGUIRRE, A. & M. GARCÍA (2006): "Los centros comerciales en España: un binomio ocio-negocio", en *Revista de Estudios de Ocio*, 29, Universidad de Deusto.
ELIAS, N. & E. DUNNING (1992): *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México: FCE.
GIDDENS, A. (1998): *Sociología*, Madrid: Alianza.
GINER, S. (1993): "Religión civil", en *REIS*, 61.
GIULIANOTTI, R & R. ROBERTSON (2009): *Globalization and Football: a Critical Sociology*, Thousand Oaks: SAGE.
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., P. MARTOS & J. L. PANIZA (2001): *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*, Madrid: Librerías Deportivas Sanz.
LATIESA, M. & R. CASTILLO (2002): "Evolución del turismo en Andalucía", en E. MOYANO & M. PÉREZ YRUELA (eds.): *La sociedad andaluza 2000*, Córdoba: IESA.
LAVARINI, R. (1998): *Sociología del turismo*, Milán: Cooperativa Libraria IULM.
MAIZTEGUI, C. (2002): "Matices y relaciones entre educación del ocio y otros conceptos afines", en *Boletín del Centro de Documentación en Ocio*, 23.
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.
ORTEGA Y GASSET, J. (1942): *Teoría de Andalucía y otros ensayos*, Madrid: Revista de Occidente.
PARAMIO SALCINES, J. L. & J. L. ZOFIO PRIETO (2007): "Calidad de vida frente a nivel de vida: la evolución del mercado laboral y de las industrias del ocio en España", *RES*, 8.
Revista *Annals of Tourism Research*. Se puede consultar como revista electrónica a través de la Biblioteca de la UGR.
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.*
RUL-LAN BUADES, G. (1997): "Del ocio al neg-ocio… y otra vez al ocio", en *Papers*, 53.
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.

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases magistrales 70% y Clases prácticas 30%.

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

- Asistencia, elaboración de prácticas individualizadas y participación en clase sobre los asuntos de los que trata la asignatura: 40%.
- Memoria y presentación del trabajo del curso de acuerdo con la orientación de la profesora: 60 %

Nota: los alumnos que no sigan la metodología de evaluación continua, tienen derecho a un examen final único 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. 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/ncg7121

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADVERTENCIA CONTRA EL PLAGIO Y COPIA

Originalidad de los trabajos y pruebas:

1- La Universidad de Granada fomentará el respeto a la propiedad intelectual y transmitirá a los estudiantes que el plagio es una práctica contraria a los principios que rigen la formación universitaria. Para ello procederá a reconocer la autoría de los trabajos y su protección de acuerdo con la propiedad intelectual según establezca la legislación vigente.
2. El plagio, entendido como la presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio o la copia de textos sin citar su procedencia y dándolos como de elaboración propia, conllevará automáticamente la calificación numérica de cero en la asignatura en la que se hubiera detectado, independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagie.