

SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO

Néstor García Montes



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA (Curso 2019-2020)



SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO

Grado en Turismo // Curso 1º // 6 ECTS

Néstor García Montes

nestorga@ucm.es

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.

OBJETIVOS:

- Aplicación de la sociología al turismo
- Analizar el turismo como fenómeno social
- 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
- Investigación social en turismo
- Los agentes sociales del turismo: turistas, promotores y sociedades receptoras
- Impactos del turismo en el territorio

COMPETENCIAS:

Generales:

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

Específicas:

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio.
- Reconocer los principales agentes turísticos.
- Manejar técnicas de comunicación.
- Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
- Trabajar en medios socioculturales diferentes.

DOCENCIA:

La asignatura podrá ser cursada de manera presencial (evaluación continua) o no presencial (examen final). Las clases presenciales combinarán teoría y práctica y tendrán un carácter participativo y proactivo. Con frecuencia se trabajará en grupos. Se hará uso del Campus Virtual, donde se subirán materiales, las presentaciones de clase y ejercicios.

·Distribución de la docencia presencial:

Total horas de clase a la semana: 3 horas

- 2 horas teóricas (aunque combinadas con prácticas y dinámicas grupales e individuales).
- 1 hora de práctica:
 - Algunas veces todo el grupo juntos
 - Otras veces el grupo dividido en dos –en el Aula de informática- (la mitad de la clase a primera hora y la otra mitad a segunda, alternando)

EVALUACIÓN:

Hay dos sistemas de evaluación:

a) Evaluación continua

Implica la asistencia a clase (al menos al 90% de las clases) y la realización de los ejercicios y prácticas que se lleven a cabo.

Se deberá demostrar un suficiente conocimiento del idioma.

Criterios de evaluación continua:

- Asistencia y participación en clase: 10%
- Ejercicios en el aula (se realizarán varios ejercicios que contarán para la evaluación final): 30%
- Trabajo de investigación social en grupos¹: 30%
- Evaluación final (ejercicio de reflexión final): 30%

¹Trabajo de investigación social en grupos:

- Trabajo a lo largo del cuatrimestre (presentación en enero): en el aula y fuera del aula
- Grupos de 5/6 personas (estudiantes extranjeros integrados en los grupos)
- La composición de los grupos se cierra el 19 de septiembre
- Objeto de la investigación: analizar distintas modalidades de turismo en la ciudad de Madrid. Cada grupo elegirá una modalidad de turismo:

- Turismo cultural
- Turismo gastronómico
- Turismo deportivo
- Turismo nocturno
- Turismo de compras

·Metodología:

- Realización de una investigación social (enfoque sociológico)
- Análisis de datos secundarios (documentación, fuentes estadísticas, otros estudios...)
- Aplicación de técnicas de investigación
- Trabajo de campo (en terreno) y de gabinete (de oficina)

·Plazos:

- Diseño del proyecto: SEPTIEMBRE-OCTUBRE
- Trabajo en terreno: OCTUBRE-NOVIEMBRE
- Análisis datos recogidos en trabajo en terreno: NOVIEMBRE-DICIEMBRE
- Elaboración informe final: DICIEMBRE

-Presentaciones en el aula: MEDIADOS DICIEMBRE

-Entrega informe final: ENERO

·La investigación deberá analizar:

-¿A qué público se dirige el tipo de turismo analizado?

-¿Qué perfil sociodemográfico tiene su público?

-¿De dónde procede su público: población local, turistas extranjeros?

-¿Cuáles son las zonas de la ciudad más afectadas por ese tipo de turismo?

-¿Qué impacto tiene ese tipo de turismo en las zonas donde se concentra?

-¿Cómo afecta a los vecinos del barrio?

-¿De qué manera la ciudad de Madrid promociona ese tipo de turismo?

b) Examen

Para alumnos/as que no asistan a clase o que hayan suspendido la evaluación continua.

Convocatorias: enero y/o junio.

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

De acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, los resultados obtenidos por el alumno se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS).

5,0-6,9: Aprobado (AP).

7,0-8,9: Notable (NT).

9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de *Matrícula de Honor* podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5 % de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola *Matrícula de Honor*.

REDACCIÓN PROPIA Y PLAGIO

Cualquier descubrimiento de plagio (utilizar textos ajenos presentados como si fueran propios o “cortar y pegar” textos o datos de fuentes sin citarlas explícitamente al principio o final de la citación, y sin entrecomillados o cambio de tipografía) significa la anulación inmediata de la actividad, su no calificación y una falta grave que afecta a la calificación general en el curso. Los resúmenes o redacciones con ligeras variaciones de textos ajenos sin mencionar su fuente, también son considerados plagio. Un exceso de resumen de ideas o datos ajenos aun citando las fuentes es, igualmente, una forma de plagio.

CONTENIDOS

- Introducción a la Sociología

- Orígenes
- Objeto de estudio
- Precursores de la Sociología
- Conceptos básicos de Sociología

- La investigación social y su aplicación al estudio del turismo

- Diseño y estructura
- Enfoques
- Fuentes de información
- Fases
- El proyecto de investigación
- Técnicas de investigación social

- El ocio desde una visión sociológica

- Concepción y evolución del ocio
- El ocio en la actualidad
- Tiempo y libre y ocio
- El turismo como forma de ocio

- El turismo desde una visión sociológica

- Antecedentes y evolución histórica del turismo

- El estudio del turismo desde la Sociología
- Algunas teorías y perspectivas sociológicas sobre el turismo

- *Estadísticas sobre las tendencias actuales del turismo español e internacional*

- Datos sociodemográficos y económicos
- Perfiles de turistas nacionales y extranjeros

- *Los agentes del turismo: turistas, promotores y receptores*

- El turista
 - Variables sociodemográficas
 - Motivaciones y expectativas
 - Prácticas y estilos de vida
- Los promotores y prestadores de servicios de turismo
 - Sector privado
 - Sector público
- Las sociedades receptoras
 - Efectos socio-culturales del turismo
 - Efectos del turismo en el territorio y el medio ambiente

- *Retos del turismo en la actualidad*

- El turismo sostenible
- La accesibilidad universal en el turismo
- Redistribución equitativa de los beneficios económicos del turismo

BIBLIOGRAFÍA, DOCUMENTOS Y MATERIALES DE REFERENCIA

En el Campus Virtual se dispondrá de la documentación correspondiente a los temas explicados en clase.

Bibliografía básica:

- MARRERO RODRÍGUEZ, J.R., GONZÁLEZ RAMALLAL, M. (drs.), SANTANA TURÉGANO, M. (2009): Manual de Sociología del Ocio Turístico. Oviedo. Septem Ediciones.
- RUBIO GIL, A. (coord) (2003): Sociología del turismo. Ariel.

Bibliografía complementaria:

- ÁLVAREZ SOUZA, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Bosch.
- AMAT LLOMBART, Pablo; RAMÓN FERNÁNDEZ, Francisca (2004): Curso de sociología del turismo y del ocio. Valencia: Tirant-Lo-Blanch.
- ANTON, Salvador; GONZÁLEZ, Francesc (coord.) (2008): A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico. Barcelona: UOC.
- APOSTOLOPOULOS, Y. (2002): The sociology of tourism: theoretical and empirical investigations. London: Routledge.
- AYALA H, MARTIN R, MASIQUES J. (2003): El turismo de sol y playa en el siglo XXI.
- BARRADO, Diego A.; CALABUIG, Jordi (ed.) (2009): Geografía mundial del turismo. Madrid: Síntesis.
- 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.
- CASTELLANOS ORTEGA, M.L. (2006): Los nuevos braceros del ocio: sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresas en el sector turístico. Miño y Dávila.
- CASTELLS, M. (1998): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza.
- 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.

- DUTERME, Bernard (ed.) (2007): Turismo hoy: ganadores y perdedores: alternativas meridionales. Madrid: Popular.
- ESTEBAN CURIEL, J. LOPEZ LOPEZ A. (2009): "Una aproximación al marketing turístico desde la planificación estratégica" Observatorio Medio Ambiental vol. 12, 2009, págs 37-47.
- GAVIRIA, Mario (1974): España a gogó: turismo chárter y neocolonialismo del espacio. Madrid: Turner.
- 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.
- LACALLE DOMINGUEZ, J. (2010): Turismo y Medio Ambiente. Una lectura sociológica. TESIS DOCTORAL UCM, Ciencias Políticas y Sociología.
- LATIESA RODRIGUEZ M (2009): Sociología del ocio y del turismo, tipos planificación y desarrollo. Universidad de Granada. Granada.
- LOPEZ LOPEZ A. (2009): "Claves del Turismo Rural en la Comunidad de Madrid" Instituto de Estudios Económicos nº 1/2009, págs 282-304.
- MACCANNELL, D. (2003): El turista: Nueva teoría de la clase ociosa. Melusina.
- MACIONIS, J., PLUMMER, K. (2007): Sociología. Pearson-Prentice Hall.
- MARTINEZ QUINTANA, V. (2006): Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. McGraw Hill.
- MARTÍNEZ, Alberto (2011): Turismo 2.0: iniciando el despegue. Oviedo: Septem.
- MAZÓN, T. (2001): Sociología del turismo. Centro de Estudios Ramón Areces.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO, INFORME ANUAL 2009.
MOVIMIENTOS TURISTICOS EN FRONTERAS FRONTUR, ENCUESTA DE GASTO TURISITICO EGATUR.
- MONOGRAFICO DE POLITICA Y SOCIEDAD, Nº 42, "SOCIOLOGIA DEL TURISMO" 2005
- MONATANER MONTEJANO JI (2006): Estructura del mercado turístico. Madrid Síntesis.
- PEREZ DE LAS HERAS, M (2004): Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable. Madrid Mundi Prensa.
- RUBIO GIL, A. (2001): Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo. Ariel.
- TUDURÍ, C. (2007): Turismo responsable. 30 propuestas de viaje. Alhema Media.

TURNER, L.; ASH, J. (1991): La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Endymion.

VATTIER FUENZALIDA, C. (2009) Desarrollo sostenible ámbito rural. Ed Cizu. Menor Aranzadi.