

PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO (2019-20)

DOBLE GRADO EN COMERCIO Y TURISMO // Curso 1º // 6 ECTS

Horario de clases: lunes y miércoles de 13.00 a 15.00

Horario de tutorías (requieren cita previa): Lunes de 9.30 a 12.30. Miércoles de 8.00 a 11.00.

Profesor: Daniel Sorando Ortín (dsorando@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 la estructura 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:

- Conocer las principales teorías y conceptos de la sociología aplicada al turismo.
- Analizar el turismo como fenómeno social y comprender los estudios sociológicos realizados sobre el turismo.
- Aprender a realizar investigación social en el ámbito del turismo (¿para qué? ¿cómo?).
- Reconocer a los agentes sociales del turismo: turistas, promotores y sociedades receptoras.
- Reflexionar críticamente sobre las dimensiones, causas, consecuencias, contextos y tendencias sociales relacionadas con el turismo.

COMPETENCIAS:

Generales:

- Capacidad de análisis y de síntesis
- Comunicación oral y escrita
- Resolución de problemas
- 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 (combinadas con prácticas y dinámicas grupales e individuales).

1 hora de práctica: en las horas prácticas el grupo se dividirá en dos –la mitad a primera hora y la otra mitad a segunda– y se realizarán en un Aula de Informática por determinar o en el aula habitual, según el tipo de actividad a realizar.

EVALUACIÓN:

Hay dos sistemas de evaluación: **la fecha límite para optar por cada sistema es el 27 de septiembre.**

a) Evaluación continua (presencial):

- a. Implica la asistencia a clase (al menos al 90% de las clases) y la participación de las actividades que se lleven a cabo **(10% de la evaluación)**.
- b. Criterios de evaluación continua: la calificación final comprenderá los siguientes elementos:
 - i. **Reflexiones GRUPALES escritas en el aula sobre los contenidos del curso (30% de la evaluación):** previstas con antelación.
 - ii. **Trabajo grupal de iniciación a la investigación social (30% de la evaluación):** a realizar en equipo y exposición de los resultados.
 - iii. **Evaluación final (30% de la evaluación):** ejercicio de reflexión final en el que se podrán utilizar apuntes y materiales.

Detalles sobre el trabajo de investigación social en grupos:

- Trabajo a lo largo del cuatrimestre (presentación en diciembre): en el aula y fuera del aula.
- Grupos de 4/5 personas.
- La composición de los grupos se cierra el 27 de septiembre.
- Objeto de la investigación: analizar distintas modalidades de turismo en la ciudad de Madrid. A cada grupo se le asignará una modalidad de turismo:
 - Turismo cultural.

- Turismo gastronómico.
- Turismo deportivo.
- Turismo nocturno.
- Turismo de compras.
- Etc.
- Metodología:
 - Realización de una investigación social (enfoque sociológico).
 - Revisión de estudios previos (marco teórico).
 - Análisis de datos secundarios (documentación, fuentes estadísticas, otros estudios...).
 - Trabajo de campo (cualitativo).
- Plazos:
 - Diseño del proyecto: SEPTIEMBRE.
 - Análisis de fuentes secundarias: OCTUBRE.
 - Trabajo de campo: OCTUBRE-NOVIEMBRE.
 - Análisis datos recogidos en el trabajo de campo: NOVIEMBRE.
 - Elaboración informe final: DICIEMBRE.
 - Presentaciones en el aula: DICIEMBRE.
 - Entrega informe final: ENERO.
- La investigación deberá analizar las siguientes cuestiones:
 - ¿A qué público se dirige el tipo de turismo analizado?
 - ¿Qué perfil socio-demográfico 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 (no presencial):

- a. Los estudiantes que no puedan seguir el sistema de evaluación continua, con independencia del motivo que lo ocasione (trabajo, enfermedad, insuficiente conocimiento del idioma, etc.) deberán acudir al **examen final** (sin apuntes ni materiales de apoyo) en las convocatorias oficiales establecidas al efecto.
- b. Los estudiantes que, habiendo seguido la opción presencial, no la hayan superado en la primera convocatoria, deberán examinarse por este método en las siguientes convocatorias.

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 entrecorillados 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.

Lo opuesto al plagio es la elaboración personal y original. El vocabulario, el estilo de redacción y la defensa de análisis propios adecuados son los elementos centrales de valoración. Los resúmenes o citas literales (entrecorilladas y mencionando el autor/a, año de publicación y número de página, de ser el caso) no deben sobrepasar el 15% del total de cada texto presentado. La calidad de la redacción propia también se mide por la coherencia de los argumentos, la aportación de ejemplos originales y de datos pertinentes, el encadenamiento racional de la exposición y una estructura del texto que ponga de manifiesto el análisis personal sobre el tema en cuestión.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

I. INTRODUCCIÓN. OBJETO Y MÉTODO DE LA SOCIOLOGÍA

1. *Introducción a la Sociología*

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

2. *La investigación social y su aplicación al estudio del turismo*

El proceso de investigación: etapas, diseño y estructura. Métodos y enfoques. Las fuentes de información.

Fases en el proceso de investigación. El proyecto de investigación. Técnicas de investigación social

II. LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA SOBRE EL TURISMO Y EL OCIO

3. El ocio desde una visión sociológica

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

4. El turismo desde una visión sociológica

Antecedentes y evolución histórica del turismo. El estudio del turismo desde la Sociología. Teorías y perspectivas sociológicas sobre el turismo

5. Tendencias actuales del turismo: datos y rasgos

Principales destinos y tipos de turismo. Datos sociodemográficos y económicos del turismo actual. El turismo español: evolución y características. Turistas nacionales y extranjeros.

III. SOCIOLOGÍA DEL SISTEMA TURÍSTICO. AGENTES SOCIALES E IMPACTOS DEL TURISMO.

6. Los turistas

Variables que inciden en la práctica turística (sociodemográficas, socioeconómicas, socioculturales). Motivaciones y expectativas. Tipos de turistas

7. Promotores y prestadores de servicios de turismo

El Sector privado. El Sector público

8. Las sociedades receptoras

Efectos económicos y socio-culturales del turismo. Efectos del turismo en el territorio y el medio ambiente

9. 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:

BRAVO, P. (2018): *Exceso de equipaje. Por qué el turismo es un gran invento hasta que deja de serlo*. Barcelona: Debate.

MARRERO RODRÍGUEZ, J.R., GONZÁLEZ RAMALLAL, M. (drs.), SANTANA TURÉGANO, M. (2009): *Manual de Sociología del Ocio Turístico*. Oviedo: Septem Ediciones.

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 CUIEL, 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.
- RUBIO GIL, A. (coord) (2003): Sociología del turismo. Madrid: 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.