



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE  
**PSICOSOCIOLOGÍA DEL  
TURISMO Y DEL OCIO**

Coordinación: TEJADA GALLARDO, CLAUDIA

Año académico 2018-19

Información general de la asignatura

<b>Denominación</b>	PSICOSOCIOLOGÍA DEL TURISMO Y DEL OCIO			
<b>Código</b>	102605			
<b>Semestre de impartición</b>	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
<b>Carácter</b>	<b>Grado/Máster</b>	<b>Curso</b>	<b>Carácter</b>	<b>Modalidad</b>
	Grado en Turismo	1	TRONCAL	Presencial
	Doble titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Turismo (ADETUR)	1	TRONCAL	Presencial
<b>Número de créditos de la asignatura (ECTS)</b>	6			
<b>Tipo de actividad, créditos y grupos</b>	<b>Tipo de actividad</b>	<b>PRAULA</b>	<b>TEORIA</b>	
	<b>Número de créditos</b>	1.8	4.2	
	<b>Número de grupos</b>	1	1	
<b>Coordinación</b>	TEJADA GALLARDO, CLAUDIA			
<b>Departamento/s</b>	PSICOLOGIA			
<b>Información importante sobre tratamiento de datos</b>	Consulte <a href="#">este enlace</a> para obtener más información.			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
TEJADA GALLARDO, CLAUDIA	ctejada@pip.udl.cat	6	

## Objetivos académicos de la asignatura

Ver competencias

## Competencias

### Competencias estratégicas de la Universidad de Lleida

- Dominio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Respeto a los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos.
- Corrección en la expresión oral y escrita

### Competencias específicas de la titulación

- Comprender los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- Poner en relación los objetivos de la gestión y la gestión turística con el fin de lograr una experiencia satisfactoria turísticamente y legítima culturalmente.

#### Objetivos

- Conocer los diferentes fenómenos psicosociales que se desarrollan en el ámbito turístico
- Conocer los diferentes fenómenos psicosociales que se desarrollan en el ámbito turístico
- Facilitar los procedimientos de análisis y reflexión sobre los fenómenos turísticos, desde una perspectiva psicosociológica.
- Aplicar los conocimientos psicosociales estudiados en la práctica cotidiana de la actividad turística y del ocio.
- Dar respuesta, como profesionales del turismo, a las necesidades de actividades turísticas y de ocio de calidad de la población.
- Comprender y buscar soluciones para los conflictos y los impactos sociales y culturales relacionados con la actividad turística.

### Competencias transversales de la titulación

- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Actuar en base al rigor, al compromiso personal y con orientación a la calidad.
- Ser capaz de trabajar y de aprender de forma autónoma y simultáneamente interactuar adecuadamente con los demás, cooperando y colaborando.

## Contenidos fundamentales de la asignatura

Contenidos de la materia

### Bloque 1: Conceptos y procesos psicosociales

1.-Introducción a la psicología del ocio y el turismo.

- 2.-Concepto de Psicología Social: Facilitación social. Socialización y aprendizaje social.
- 3.-Procesos psicosociales básicos: Percepción social. Atribución causal.
- 4.-Procesos psicosociales básicos: Actitudes: naturaleza, formación y cambio.
- 5.-Las relaciones interpersonales: La comunicación interpersonal: los estilos de comunicación.
- 6.-Las relaciones interpersonales: Atracción y altruismo. Agresión y violencia.
- 7.-Introducción a la dinámica de grupos.
- 8.-Tipología de grupos y conducción de grupos. Roles e interacción grupal.

## **Bloque 2: La perspectiva psicosocial aplicada al turismo y al ocio**

- 9.-Ocio, trabajo y tiempo libre: aspectos conceptuales
- 10.-Aproximación psicosocial a los conceptos de turismo, de destino turístico y tipos de turista
- 11.-Antecedentes y perspectiva histórica del turismo y del ocio
- 12.-Motivación y satisfacción turística
- 13.-Ocio, bienestar y calidad de vida
- 14.-Impacto psicosocial del fenómeno turístico
- 15.-Turismo y cambios de actitudes
- 16.-Turismo y tensiones interculturales
- 17.-Aspectos psicosociales del marketing turístico

## **Bibliografía y recursos de información**

### Bibliografía recomendada

- Álvaro, J.L., Garrido, A. y Torregrosa, J.R. (1996). *Psicología Social Aplicada*. Madrid: McGrawHill.
- Antons, K. (1990). *Prácticade la dinámica de grupos*. Barcelona: Herder.
- Barón, R. y Byrne, D. (1998). *Psicología Social*. Madrid: Prentice Hall.
- Castaño, J.M. (2005). *PsicologíaSocial de los Viajes y del Turismo*. Madrid: Thomson.
- De la Torre, F. (1989). *Introducción al estudio del turismo*. México: Comp. EditorialContinental.
- Jurado, F. (1992). *Losmitos del turismo*. Madrid: Endymion.
- León, J.M. et. al. (1998). *Psicología Social. Orientaciones teóricas y ejercicios prácticos*.Madrid: McGraw-Hill.
- Montaner, J. (1996). *Psicosociologíadel turismo*. Madrid: Síntesis.
- Morales, F. y Olza, M. (1998). *Psicología social y trabajo social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Munné, F. (1989). *Entrelo individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamientointerpersonal*. Barcelona: PPU.
- San Martín, J.E. (1997). *Psicosociología del Ocio y del Turismo*.Málaga, Ed. Aljibe.

- Savelli, A. (1989). *Sociología del turismo*. Milano: Franco Angeli.
- Smith, V.L. (1992). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.
- Tous, J.M. (1993). *Comportamiento social y dinámica de grupos*. Barcelona: PPU.
- Urbain, J.D. (1993). *El idiota que viaja. Relatos de turistas*. Madrid: Endymion.