

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 35122**Nom:** Psicologia social del turisme**Cicle:** Grau / Estudis propis Europeu**Crèdits ECTS:** 6**Curs acadèmic:** 2026-27**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
1317 - Grau Turisme	Facultat d'Economia	2	Primer quadrimestre
1926 - Doble Grau en Turisme i Administració i Direcció d'Empreses	Facultat d'Economia	2	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1317 - Grau Turisme	Psicologia Social I	OBLIGATÒRIA
1926 - Doble Grau en Turisme i Administració i Direcció d'Empreses	Assignatures de segon curs	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

MURGUI PEREZ SERGIO

RESUM

La **Psicologia Social del Turisme** és una assignatura adscrita al Departament de Psicologia Social, pertanyent a la Facultat de Psicologia de la Universitat de València. S'inserix dins d'un mòdul del Grau en Turisme (Matèria: Psicologia Social I, 12 ECTS) que inclou dos assignatures obligatòries amb continguts específics del Turisme: a) Psicologia Social del Turisme, i b) Habilitades socials i treball en grup per a professionals del Turisme, i una assignatura optativa: c) Estils de lideratge i tècniques de negociació (4,5 ECTS).

Es vincula de manera especial amb les assignatures: "Activitat psicològica i comportament humà", centrada en l'estudi dels processos psicològics que permeten descriure, predir i explicar l'activitat cognitiva i comportamental del ser humà "Psicologia i sistema sexe-gènere, centrada en els aspectes psicològics de la dimensió sexe-gènere; i "Desenrotllament psicològic en el cicle vital" l'objectiu del qual és formar els alumnes en els coneixements rellevants sobre l'activitat psicològica i el comportament que caracteritza les diferents etapes del cicle vital. En estreta relació amb este objectiu,



l'assignatura pretén que l'alumne siga capaç d'aplicar els continguts teòrics a diferents àmbits vitals i professionals del Turisme. Dau el seu caràcter de formació obligatòria, només fan falta els requisits necessaris per a accedir inicialment als estudis de grau en esta titulació.

La Psicologia Social del Turisme s'impartix durant el segon curs del Grau en Turisme en el primer semestre del curs, tenint un caràcter acadèmic d'assignatura bàsica de branca, consta de 6 crèdits teoricopràctics que equivalen a 150 hores de treball de l'alumne. Es desenrotllarà al llarg de 15 setmanes i 24 sessions en l'aula combinant exposicions del professor, exercicis individuals i grupals, seminaris i visionat i comentari de documentals.

Els graduats en Turisme exercixen la seua labor professional en organitzacions que requerixen contacte directe amb persones, i on cal cobrir necessitats del client d'oci, temps lliure i vacances. La comunicació com a ferramenta base de la interacció social, la formació de la identitat individual i social, les relacions amb els altres (atracció, conductes d'ajuda i conductes agressives) són continguts explicats en la matèria Psicologia Social del Turisme.

Deia Elliot Aronson que el ser humà és un animal social' i és que les conductes de les persones vénen determinades per les seues actituds que, al seu torn, estan influïdes pels processos d'interacció social, dins dels grups de pertinença i entre grups diferents. Com poden els grups interactuar els uns amb els altres i percebre's mútuament? I, com poden els individus aprendre a viure de manera harmoniosa amb els altres individus pertanyents a grups diferents que tenen distintes normes, valors, i formes de comunicar-se? Les relacions entre els grups estan influïdes per la identitat social i és necessari conèixer el funcionament dels estereotips, prejuís i discriminació que pot donar-se entre els grups.

La Psicologia Social estudia l'origen social del comportament, els afectes, els sistemes de creences o els processos mentals (percepció, juí, memòria). Entre els processos fonamentals figuren la interacció social, la influència social i la comunicació social. Planteja que els processos psíquics superiors estan vinculats al context social i a les posicions que ocupa l'individu en eixe context; la definició d'eixes posicions socials ve donada principalment pels grups de pertinença i referència de l'individu. Esta disciplina constituïx una perspectiva sui generis, a l'articular la psicologia i la sociologia. Segons l'orientació, esta articulació entre el social i el mental s'estudia en quatre plans: l'intraindividual, l'interindividual, el grupal i l'ideològic.

El programa de Psicologia Social del Turisme té com a objectiu oferir un panorama, històric, teòric i conceptual d'esta disciplina. En esta matèria s'ensenyarà a l'alumnat els seus conceptes bàsics, els mètodes d'investigació que li són propis i els principals àmbits d'aplicació de la psicologia social del turisme. Es recomana coneixement d'anglés i un coneixement bàsic d'estadística i dissenys d'investigació.

quo;aplicació de la psicologia social del turisme. Es recomana coneixement d'anglés i un coneixement bàsic d'estadística i dissenys d'investigació.

CONEIXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS



Donat el seu caràcter de formació obligatòria, només fan falta els requisits necessaris per a accedir inicialment als estudis de grau en esta titulació.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

1317 - Grau Turisme

Comprendre el caràcter dinàmic i evolutiu del turisme i de la nova societat de l'oci.

Comprendre els principis del turisme: la seua dimensió espacial, social, cultural, política, laboral i econòmica.

Manejar tècniques de comunicació.

Planificar i gestionar els recursos humans de les organitzacions turístiques.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. La Psicologia Social. Psicologia Social aplicada al turisme

Des de la decisiva aportació de Philip L. Pearce el 1982, la psicologia social del turisme és una disciplina pròpia que utilitza mètodes i eines específics. La seua finalitat és l'estudi dels processos psicològics i conductes implicades en qualsevol situació relacionada amb el turisme en què participin persones. Aquesta perspectiva transcendeix el reduccionisme de considerar el fenomen del turisme com alguna cosa més que una transacció econòmica o decisions de negoci, ja que considera els processos psicològics tant del turista, l'empleat, l'ocupador, com del gestor en el context social i laboral.

- 1.1. Introducció: el turisme com a fenomen d'una societat del lleure
- 1.2. De la psicologia social a la psicologia social del turisme
- 1.3. psicologia social del turisme per a graduats en turisme
- 1.4. La psicologia social del turisme i altres disciplines científiques

2. La perspectiva psicosocial del turisme

Des de la psicologia social del turisme s'analitzen i es categoritzen les conductes turístiques establint tipus o perfils. A més, s'estudia els processos psicològics pels quals es forma i desenvolupa la imatge i la identitat de la destinació turística percebuda pel consumidor. També analitza els diferents tipus d'organització turística, tot dins un entorn de canvi social que afecta turistes, destinacions i organitzacions.

- 2.1. Introducció: les característiques canviants del turista, la destinació i les organitzacions turístiques
- 2.2. El fenomen turístic des del punt de vista psicosocial
- 2.3. Tipus i característiques de turistes des de la psicologia social del turisme
- 2.4. L'organització i els serveis turístics: característiques
- 2.5. Formació i desenvolupament mental de la imatge-destinació



3. Percepció i impressions de persones. Identitat social i atribució

El turisme presenta l'oportunitat de relacionar-se massivament amb noves persones de manera propera. Això dona oportunitat de crear una nova identitat en els participants d'aquesta interacció. Els comportaments que exhibim davant de noves persones, d'altres cultures o amb diverses característiques modula com ens perceben i, alhora, la impressió que en tenim. La identitat, el gènere i la cultura i ètica del país de procedència afecta com els residents perceben els turistes. Els comportaments dels residents afecten la percepció que els turistes en tenen. Els canvis a les societats d'origen del turista i a la societat dels residents afecten les impressions que tenen els uns dels altres, per bé i per mal.

- 3.1. Introducció: turisme com a generador de canvis i impressions
- 3.2. Percepció de persones i formació d'impressions en turisme
- 3.3. La construcció de la identitat social del turista
- 3.4. Biaixos i atribució en turisme: conseqüències

4. La motivació

Les motivacions turístiques és un tema àmpliament estudiat en la psicologia social del turisme, i, a més, és un determinant important del comportament del consumidor, de la seva satisfacció i, per tant, de la seva fidelitat. Part de l'origen d'aquestes motivacions es pot situar a l'àmbit de la globalització i de la societat de masses i de l'oci actual i ser conseqüència de les condicions laborals i socio-econòmiques de les persones. Aquestes motivacions permeten categoritzar els turistes en grups o segments i es relaciona sovint amb conductes a la destinació relacionades amb la seva ètica i valors.

- 4.1. Introducció a les motivacions turístiques
- 4.2. Motivacions bàsiques del turista: necessitats i reforços
- 4.3. Teories psicològiques de la motivació turística
- 4.4. De la motivació a la satisfacció turística

5. Actituds, persuasió i conformitat

La rellevància de les actituds en la psicologia social del turisme s'aprecia constantment a les notícies en informar sobre l'anomenada turismefòbia. L'efecte del turisme a les societats acollidores en el canvi d'actituds dels residents també és una àrea d'estudi de la psicologia social del turisme, és a dir, impactes socials i culturals. Que aquestes actituds puguin canviar cap a valoracions positives depèn de com les persones perceben les conductes dels turistes. Sovint succeeixen processos de conformitat i condescendència en què els residents transigeixen per motius i circumstàncies alienes que escapen al seu control (polítiques, econòmiques, socials). El conflicte soterrat així, finalment, es pot magnificar i provocar greus conseqüències socials.

- 5.1. Introducció: la definició de la turismefòbia



- 5.2. Definició i components de les actituds psicològiques
- 5.3. Funcions i conseqüències de les actituds en turisme
- 5.4. Canvi d'actituds: conformitat i condescendència

6. Els estereotips, els prejudis i la discriminació

La psicologia social del turisme estudia el paper d'idees preconcebudes sobre col·lectius i persones a les destinacions i sobre els visitants que acudeixen a aquestes mateixes destinacions. Combatre estereotips i prejudicis, sense que sigui una excusa per guanyar clients, implica un codi ètic, promoure la igualtat de gènere, la diversitat i la inclusió, i, en viatjar a la destinació, la interculturalitat que ha de fomentar el turisme per la seva importància a la societat del lleure actual promovent un canvi social i cultural positiu. Fenòmens com el pinkwashing o les declaracions de gai friendly donen idea de la importància de certs col·lectius i del canvi de valors a nivell turístic, sigui real o aparent.

- 6.1. Introducció: les diferències entre pensament i conducta
- 6.2. Definició d'estereotip, prejudici i discriminació
- 6.3. Formació i efectes d'estereotips i prejudicis al turisme
- 6.4. Canvi dels estereotips i discriminació en turisme

7. Psicologia ambiental i turisme

Les característiques del medi que envolta la persona determinen com ho valora i defineix, la massificació que perceben els turistes, la privadesa percebuda pels residents, la ruta que segueixen els turistes i per quin motiu en són exemples. A més, el turisme és una de les activitats humanes que més afecten el medi ambient. La preocupació pel medi ambient és un factor important a considerar en l'àmbit turístic, més enllà del greenwashing de moltes empreses i destinacions turístiques, tant organitzacions, en els residents i en els propis turistes preocupats per l'efecte del turisme a l'entorn (turistificació). Aquesta preocupació s'expressa en el concepte de sostenibilitat de les pràctiques turístiques davant de la devastació dels ecosistemes ocasionada pel turisme com a fenomen de masses i la crisi climàtica que s'aproxima

- 7.1. Introducció a la psicologia ambiental
- 7.2. La percepció de l'entorn físic i condicions ambientals
- 7.3. Mapes cognitius i ambient al turisme
- 7.4. Actituds cap al medi ambient en turisme

8. Psicologia de les organitzacions turístiques

El turisme és una de les fonts d'ingressos principals per a l'economia espanyola i contribueix al PIB en un 12-14%. Les organitzacions turístiques són, per tant, molt rellevants a l'economia espanyola i valenciana, molt dependents del turisme. L'anàlisi de les condicions laborals i el paper de les persones en aquestes és,



per això, rellevant. La psicologia social del turisme analitza les condicions en què les persones podrien formar-se i realitzar-se en aquest àmbit laboral, sovint de gran precarietat. A més, també estudia com les organitzacions han d'oferir els serveis per tal de garantir alts estàndards de qualitat.

8.1. Introducció

8.2. Planificació i organització de persones en establiments turístics

8.3. Selecció, acolliment i formació de persones

8.4. Avaluació, retribució i desvinculació de l'empleat

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	30,00
Pràctiques a l'aula	30,00
Total hores	60,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	10,00
Estudi i treball autònom	24,00
Preparació de classes	10,00
Preparació d'activitats d'avaluació	36,00
Resolució de casos pràctics	10,00
Total hores	90,00

METODOLOGIA DOCENT

L'estructura de la matèria

L'estructura de la matèria de Psicologia Social del turisme consta de 8 temes, amb dos tipus de text:

- un text bàsic, que correspon al contingut essencial de tema. La seua finalitat és fixar els continguts mínims que cal que tots els estudiants sàpiguen sobre cada tema per superar la matèria (examen).
- un text complementari, que s'ocupa dels fenòmens i processos rellevants de l'assignatura que no estan coberts amb el text bàsic. Es pretén, per tant, posar remei a les mancances del text bàsic per donar una idea completa i equilibrada de la matèria.

La dinàmica de la classes

Per cada tema es dedicaran un nombre de sessions diferents, en funció de la dificultat i la profunditat de la matèria a impartir. Les sessions teòriques s'utilitzaran per explicar els continguts bàsics de cada tema,



amb il·lustracions de pràctiques i exercicis apropiats per afavorir la comprensió.

Una vegada impartit el programa, l'última sessió es destinaran a tasques de tutoria i orientació en grup, repassant les qüestions clau i aclarir dubtes.

La dinàmica de les classes i aula virtual

L'estudiant tindrà al llarg de tot el temps l'orientació del professorat del mòdul, el horari del qual estarà disponible a l'aula virtual, presencialment o mitjançant el fòrum virtual, on es pot plantejar dubtes relacionades amb l'estudi i rebrà resposta a dits dubtes. L'ús d'aquestes eines estarà sota la responsabilitat i la regulació del professor/a. Les informacions que són aplicables a tots (per exemple, la comunicació al voltant de les alternatives d'avaluació que acull cada) sempre es canalitza a través de l'aula virtual i no per correu electrònic. A l'aula virtual es penjaran també les qualificacions, les informacions que siguen útils generals i els complementàries materials que siguen oportuns.

L'activitat desenvolupada en aquesta matèria combinarà diverses metodologies didàctiques en funció dels objectius i en la diversitat de formes de treball proposat en el mateix.

te; dels objectius i en la diversitat de formes de treball proposat en el mateix.

AVALUACIÓ

AVALUACIÓ

L'avaluació dels continguts teòrics de l'assignatura mitjançant examen suposarà un 60% de la nota final. Per aprovar l'assignatura serà necessari obtenir almenys un 2.5 punts (sobre un total de 6) en l'examen teòric.

La resta de la nota el constitueixen: - activitats complementàries (al llarg del curs en les classes de teoria, un 10%), - les activitats pràctiques (mitjançant activitats pràctiques, el 30% de la nota).

La nota final de l'assignatura serà una única puntuació final de 0 a 10 i la seva qualificació quedarà sotmesa al que disposa la Normativa de Qualificacions de la Universitat de València (ACGUV 12/2004), és a dir, per superar l'assignatura s'haurà d'obtenir una nota de 5 o superior.

EXAMEN DELS ASPECTES TEÒRICS: Fins a 6 punts.

Examen per escrit del material teòric de l'assignatura. L'examen podrà incloure alguna de les següents modalitats de pregunta: preguntes de resposta tancada (tipus test, de dues o més alternatives de resposta) o bé preguntes de tipus teòric o amb casos pràctics amb resposta oberta (text redactat per l'alumne / a) . El tipus de preguntes de l'examen i el seu nombre serà determinat pel professorat del mòdul i tindrà el mateix format, nombre de preguntes i continguts en ambdues convocatòries.

ACTIVITATS PRÀCTIQUES: Fins a 3 punts.



Les activitats pràctiques s'avaluaran mitjançant tres tipus d'activitats:

- activitats a l'aula (treball supervisat pel professorat)
- activitats fora de l'aula
- elaboració d'un informe posterior (optativament pot incloure presentació pública de resultats de les parts anteriors)

La suma de la nota en cada de les parts constituirà la nota de cada pràctica. La nota final de les activitats pràctiques es realitzarà d'acord amb la legislació vigent i serà una única puntuació de 0 a 3. Aquesta nota se sumarà a la nota de l'examen si s'obté més de 2,5 en l'examen teòric.

Almenys una de les pràctiques consistirà en un treball de recerca sobre psicologia social del turisme, amb un valor assignat a la mateixa de, com a mínim, un punt.

La qualificació final de les activitats pràctiques no serà recuperable en segona convocatòria.

No es permetrà el lliurament de treballs fora de la data indicada

ACTIVITATS COMPLEMENTÀRIES: Fins a 1 punt.

En els diferents temes s'aniran proposant activitats pràctiques de tipus complementari que se sumarà a la nota de l'examen (si s'obté més de 2,5 en l'examen teòric). Aquestes activitats seran proposades pel professorat, pels mitjans que consideri oportuns (en la pròpia classe, per aula virtual, etc ..). La combinació, utilització o exclusió de cada tipus de preguntes o activitats quedarà a criteri del professor / a. Es podrà tenir en compte la participació activa dels / les estudiants tant a les classes a l'aula, com a les tutories individuals o en grup, així com la seva motivació per la qualitat dels resultats de l'aprenentatge.

No es permetrà el lliurament de treballs fora de la data indicada.

En cas d'avançament de convocatòria, l'avaluació constarà d'un examen escrit la ponderació en la nota final serà 80% de la nota final, i de la realització de pràctiques la ponderació en la qualificació final serà de 20%. La consulta i impugnació de la qualificació obtinguda en tasques d'avaluació, quedarà sotmesa al que disposa el Reglament de Impugnació de Qualificacions (ACGUV de 29 d'abril de 2008).

Plagi i tutories

La còpia o plagi manifest de qualsevol tasca part de l'avaluació suposarà la impossibilitat de superar l'assignatura, sotmetent seguidament als procediments disciplinaris oportuns. Cal tenir en compte que, d'acord amb l'article 13. d) de l'Estatut de l'Estudiant Universitari (RD 1791/2010, de 30 de desembre), és deure d'un estudiant abstenir-se en la utilització o cooperació en procediments fraudulents en les proves



d'avaluació, en els treballs que es realitzen o en documents oficials de la universitat.

D'altra banda, en horari de tutoria, el professorat podrà requerir entrevistes individuals o en grup per tal de verificar el grau de participació i assoliment en els objectius fixats per a qualsevol tasca desenvolupada. No acceptar aquesta verificació, suposarà no superar la tasca o activitat en qüestió.

Activitats recuperables i no recuperables:

Per la seva pròpia naturalesa i característiques de l'assignatura, les activitats realitzades en grup (tant de teoria com de pràctica) no seran recuperables.

BIBLIOGRAFIA

- Castaño, J. M. (2005) *Psicología Social de los Viajes y del Turismo*. Madrid. Thomson.
- Grau, R; Agut, S.; Martínez, I. y Luque, O. (1999). *Psicología social del turismo. Teoría*. Castellón. Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Ovejero, A. (1998). *Las relaciones humanas. Psicología social teórica y aplicada*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Baron, R.A. y Byrne, D. (2005). *Percepción social: comprender a los demás*. En R.A. Baron y D. Byrne, *Psicología social* (10ª edición). Madrid: Pearson-Prentice Hall.
- Quintanilla, I. (2002) *Psicología del Consumidor*. Madrid. Prentice Hall.
- Sastre, M.A. Y Aguilar, E.M. (2003) *Dirección de recursos humanos. Un enfoque estratégico*. Ed. McGraw Hill. Madrid.
- Whorchel, S., Cooper, J., Goethals, G.R., & Olson, J.M. (2003). *Psicología social*. Madrid: Thomson-Paraninfo.
- Peiro, J. M. (1990). *Psicología de las Organizaciones (Tomo I y II)*. Madrid: UNED.
- Peiro, J. M. (1990). *Organizaciones. Nuevas perspectivas psicosociológicas*. Barcelona: PPU.
- San Martín, J. E. (1997). *Psicosociología del ocio y el turismo*. Málaga: Aljibe.
- Morales, J.F., Huici, C., Gómez, A. y Gaviria, E. (eds., 2008). *Método, teoría e investigación en psicología social*. Madrid: Pearson-Prentice Hall.



- Morales, F. (1999). *Psicología Social*. Madrid : Mcgraw Hill.
- Gil, F., & Alcover, C. M. (1999). *Introducción a la Psicología de los grupos*. Madrid: Pirámide
- Gómez-Jacinto, L. (1995). *Psicología social del turismo*. En M.T. Vega, & Taberner, M.C. (Comps.), *Psicología de la educación, cultura, ocio y turismo*. Madrid: Eudema
- Rubio, A. (2003) *Sociología del turismo*. Barcelona: Ariel
- Álvaro, J.L. y Garrido, A. (2003). *Psicología social. Perspectivas psicológicas y sociológicas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Cantó, J.M. (ed.) (1998). *Psicología de los grupos. Estructura y procesos*. Málaga: Aljibe.
- De Kadt, E. (1991). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?*. Madrid: Endymion
- Gil, F., & Alcover, C. M. (1999). *Introducción a la Psicología de los grupos*. Madrid: Pirámide
- Javaloy, F, Rodríguez, A. y Espelt, E. (2001), *Comportamiento colectivo y movimientos sociales*. Madrid: Pearson-Prentice Hall
- Ros, M. Y Gouveia, V. (Eds.) (2001). *Psicología social de los valores humanos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Álvarez Sousa, A. (1994). *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona: Bosch.
- Aragones, J. I. y Américo, M. (1998). *Psicología ambiental*. Ediciones Madrid, Pirámide
- Holahan, C. J. (1991). *Psicología ambiental. Un enfoque general*. México D.F.: Editorial Limusa
- Morales, J.F., Gaviria, E., Moya, M. y Cuadrado, I. (2007). *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill