

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	35122
Nom	Psicologia social del turisme
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1317 - Grau de Turisme	Facultat d'Economia	2	Primer quadrimestre
1926 - Doble Grado en Turismo y ADE	Facultat d'Economia	2	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1317 - Grau de Turisme	19 - Psicologia Social I	Obligatòria
1926 - Doble Grado en Turismo y ADE	3 - Assignatures de segon curs	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
MURGUI PEREZ, SERGIO	306 - Psicologia Social

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 Turismo (Matèria: Psicologia Social I, 12 ECTS) que inclou dos assignatures obligatòries amb continguts específics del Turisme: a) Psicologia Social del Turisme, i b) Habilidades sociales 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 requereixen 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, prejudis 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'anglès i un coneixement bàsic d'estadística i dissenys d'investigació.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les 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

1317 - Grau de Turisme

- Comprendre els principis del turisme: la seua dimensió espacial, social, cultural, política, laboral i econòmica.
- Comprendre el caràcter dinàmic i evolutiu del turisme i de la nova societat de l'oci.
- Manejar tècniques de comunicació.
- Planificar i gestionar els recursos humans de les organitzacions turístiques.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

OBJECTIU GENERAL: que l'alumne/a aconseguisca un aprenentatge bàsic de la matèria Psicologia SOCIAL DEL TURISME I de les moltes aplicacions que té en l'exercici professional quotidià del graduat en turisme.

OBJECTIUS TEMÀTICS:

CONCEPTUALS:

- Adquirir i dominar els coneixements bàsics en la matèria Psicologia SOCIAL DEL TURISME.
- Aprofundir en el coneixement i comprensió de les funcions pròpies de la intervenció del graduat en turisme des de les aportacions plantejades per la Psicologia SOCIAL (conceptes bàsics i principals teories).
- Motivar l'alumne/a per a reflexionar sobre les aportacions plantejades per la Psicologia Social (conceptes bàsics i les principals teories), així com propostes instrumentals plantejades des de la Psicologia SOCIAL en les tasques i funcions desenrotllades pels Graduats en Turisme.
- Capacitar a l'alumne per a establir relacions entre conceptes teòrics de la matèria Psicologia SOCIAL i els problemes del Turisme.
- Conèixer els processos, elements i principis bàsics que configuren i expliquen la interacció social en les seues dimensions: individual, interpersonal, intragrupal i intergrupal.
- Utilitzar de forma correcta la terminologia pròpia de la matèria.



- Capacitar a l'alumne per a analitzar diferents problemàtiques turístiques des dels processos bàsics de la interacció social en les seues dimensions: individual, interpersonal, intragrupal i intergrupar.
- Conèixer la influència del social en el funcionament mental.
- Conèixer models i teories de la psicologia social.
- Conèixer conceptes, mètodes i tècniques propis de la psicologia social així com la seua utilitat i rellevància en l'àmbit del turisme.
- Comprendre i analitzar determinats processos socials bàsics com la percepció social, l'atribució de causalitat, la motivació i el canvi d'actituds.
- Conèixer i analitzar alguns dels processos d'interacció social i grupal com la interacció social, o la comunicació interpersonal.
- Conèixer la dimensió social del ser humà contemplant factors històrics i socioculturals.

DÓNESTRESOS:

- Conèixer els mètodes i tècniques que utilitza la Psicologia SOCIAL per a analitzar la interacció social i el comportament humà, i saber aplicar-los al disseny de programes d'intervenció en problemes socials.
- Ser capaç de fer busques de fonts bibliogràfiques i /o documentals per al seu ús en la fonamentació de projectes socials.
- Ser capaç de redactar projectes i informes centrats en problemes socials.
- Conceptualitzar fenòmens turístics emergents.
- Analitzar el conflicte i el canvi social en el turisme.
- Reflexionar sobre la rellevància que determinades competències i coneixements interpersonals poden tindre en la seua faceta professional.

ACTITUDINALS:

- Capacitat de comprensió de la dimensió social dels processos subjectius i de formació d'identitats personals i socials.
- Desenrotllament d'un esperit crític en la comprensió dels fenòmens turístics.
- Capacitat per a valorar les necessitats i circumstàncies de les persones en situacions diverses.
- Habilitat per a solucionar problemes turístics.
- Capacitat d'utilitzar idees, teories, conceptes de la psicologia social i aplicar-los en situacions concretes per a la resolució de problemes turístics reals.
- Capacitat d'anàlisi i síntesi de problemes turístics.



- Habilitat per a projectar allò que s'ha après en anàlisi de textos, investigació i realització d'assajos sobre el fet turístic.
- Habilitat per a reconèixer i gestionar les emocions pròpies i les dels altres.
- Habilitat comunicativa i de relacions interpersonals, sobretot l'escolta activa i empatia cap als altres.
- Habilitat d'expressió verbal, no verbal, escrita i telefònica.
- Habilitat per a influir en els altres, assessorar, acompanyar i establir vincles.
- Cooperació, treball en equip i negociació de conflictes, base del treball en equips multiprofessionals.
- Capacitat d'adaptació, organització i planificació de tasques, solució de problemes i presa de decisions.
- Capacitat de gestió i anàlisi de la informació procedent de textos científics i professionals relacionats amb la psicologia.
- Capacitat per a valorar i discutir el propi treball i el dels altres, per mitjà de la crítica i l'autocrítica.
- Habilitat per a transferir el coneixement acadèmic a les diferents situacions reals.
- Capacitat per al reconeixement de la diversitat i la multiculturalitat.
- Sentit d'ètica personal i professional en totes les accions a desenrotllar.
- Motivació per la qualitat total i l'aprenentatge autònom.
- Capacitat d'iniciativa, creativitat i esperit emprenedor.
- Capacitat per a elaborar instruments de mesura en psicologia social.
- Capacitat d'arreglega, gestió, anàlisi i interpretació de la informació.
- Capacitat per a realitzar investigació en psicologia social del turisme.
- Capacitat per a llegir articles científics de psicologia social aplicada al turisme

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. La Psicologia Social. Psicologia Social aplicada al turisme

Gordon Allport va escriure en 1954 que encara que les arrels de la psicologia social es troben en el substrat de la tradició occidental en el seu conjunt, cal reconèixer que el seu floriment actual és un fenomen típicament nord-americà. I tenia raó, depenent de què entenguem per psicologia social. A partir de les seues arrels en el pensament del XIX, la psicologia social podria haver seguit camins i definit objectes diversos. No obstant això, dintre tots ells, és lenfocament psicològic -experimental i cognitiu- dels acadèmics nord-americans el que sha apropiat per a si el nom de la disciplina.

1.1. Introducció.

1.2. Psicologia social y psicologia social aplicada al turisme.

1.3. Psicologia social per a graduats en turisme.



1.4. La psicologia social del turisme i altres disciplines científiques

2. La perspectiva psicosocial del turisme

- 2.1. Introducció.
- 2.2. Definició del fenomen turístic
- 2.3. El turista: tipus i característiques psicosocials
- 2.4. L'organització i els serveis: característiques
- 2.5. El destí: la imatge-destí

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

Quan ens presenten a algú per primera vegada, busquem activament indicis que ens permeten deduir quin tipus de persona és, perquè això és essencial per a seleccionar un patró de conducta adequat. Les investigacions pioneres d'Asch amb llistes de trets descriptors van iniciar tot un àmbit clàssic en la psicologia social que sha ocupat dinvestigar com ens formem impressions sobre les persones. Les teories de l'atribució, pel seu partixen, plantegen que el ser humà actua com un psicòleg ingenu, i al contemplar les accions daltres sesforça per buscar-los una explicació per a poder predir les seues conductes futures. En este tema veurem tant els distints models que shan postulat sobre la manera en què integrem la informació sobre els altres com els diversos factors que influïxen en la percepció de persones i en la interpretació de les seues conductes.

- 3.1. Introducció.
- 3.2. Percepció de persones i formació d'impressions en turisme
- 3.3. La identitat social del turista
- 3.4. L'atribució en turisme: biaixos i conseqüències de les atribucions

4. La motivació.

La motivació juga un paper determinant en les societats, ja que es vincula amb el rendiment laboral, el benestar o la satisfacció amb la vida, el comportament del consumidor, etc..Existen diverses perspectives des de les que es pot abordar el seu estudi, la jerarquia de necessitat de Maslow, els motius de Mc Clelland, les teories de lequitat o de les expectatives, el condicionament, cada una delles aporta un marc referencial, així com una metodologia de treball.

- 4.1. Introducció.
- 4.2. Necessitats i reforços
- 4.3 Teories de motivació turística
- 4.4 La motivació i la satisfacció turística



5. Actituds, persuasió i conformitat

Quan escoltem el discurs dun polític, què ens influïx més? La solidesa dels seus arguments, la convicció amb què parla, la simpatia del seu somriure? Hi ha molts factors que incrementen la nostra capacitat de persuasió. la nostra credibilitat, el nostre atractiu, el nostre poder de coerció. No obstant això, cada un dells té major efecte en unes condicions que en altres; i a més, les conseqüències que cada un dells té en la modificació de les actituds són també diferents. Hovland, Janis, McGuire i altres investigadors de la universitat de Yale van analitzar cuidadosament l'impacte que les característiques de la font, del missatge i del receptor tenien en el canvi d'actituds. A partir dells, les actituds i els seus processos de canvi es van establir com un dels temes més clàssics en psicologia social. Després, molts autors han distingit entre persuasió 'racional' o central i persuasió 'superficial' o perifèrica. Dos autors nord-americans, Petty i Cacioppo, han integrat ambdós 'vies' de persuasió en un model el Model de la Probabilitat d'Elaboració- que especifica en quines circumstàncies ens deixarem influir més per un o altre tipus de factors.

- 5.1. Introducció.
- 5.2. Definició i components de les actituds.
- 5.3. Funcions, conseqüències i canvi d'actituds en turisme
- 5.4. Conformitat i condescendència

6. Els estereotips, els prejudis i la discriminació.

L'holocaust jueu és l'expressió més tràgica i més extrema de fins on poden conduir els prejudis en les relacions socials. Després de la segona guerra mundial, la psicologia social va adquirir un nou impuls en lesforç per comprendre com el ser humà podia aconseguir semblants cotes d'irracionalitat. Enfront de línies d'investigació anteriors que havien considerat els prejudis un fenomen lligat a trets de personalitat patològics, Tajfel va ser l'autor que millor va desenrotllar l'anàlisi dels estereotips socials com a producte del procés de categorització. Així va plantejar la pessimista paradoxa que l'arrel de tanta irracionalitat aparentment inhumana es trobava en el mateix esforç racional del ser humà per donar significat al món que li rodeja. Veurem en este tema com ens formem prejudis sobre els grups, per què els mantenim, com poden mesurar-se i canviar-se.

- 6.1. Introducció.
- 6.2. Definició d'estereotip, prejudici i discriminació
- 6.3. Formació i efectes d'estereotips i prejudicis en turisme
- 6.4. Canvi dels estereotips i discriminació en turisme

7. Psicologia ambiental i turisme

Els apartats del tema són:

- 7.1. Introducció
- 7.2. Psicologia ambiental, entorn físic i condicions ambientals
- 7.3. Cognició i percepció de l'ambient en turisme
- 7.4. Actituds cap al medi ambient en turisme

**8. Psicologia de les organitzacions turístiques.**

Els apartats del tema son:

- 8.1. Introducció
- 8.2. Planificació i organització de persones en establiments turístics
- 8.3. Selecció, acollida i formació de persones
- 8.4. Avaluació, retribució i desvinculació de l'empleat

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula	30,00	100
Elaboració de treballs en grup	10,00	0
Estudi i treball autònom	10,00	0
Lectures de material complementari	14,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	35,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	10,00	0
Resolució de casos pràctics	10,00	0
Resolució de qüestionaris on-line	1,00	0
TOTAL	150,00	

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 dites 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.

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 sumará 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 sumará 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.



REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.
- Aragones, J. I. y Amérigo, 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

Complementàries

- 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, & Tabernero, 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.