

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

| | |
|------------------------|-------------------------------|
| Código | 35122 |
| Nombre | Psicología Social del Turismo |
| Ciclo | Grado |
| Créditos ECTS | 6.0 |
| Curso académico | 2023 - 2024 |

Titulación(es)

| Titulación | Centro | Curso | Periodo |
|-------------------------------------|----------------------|--------------|---------------------|
| 1317 - Grado de Turismo | Facultad de Economía | 2 | Primer cuatrimestre |
| 1926 - Doble Grado en Turismo y ADE | Facultad de Economía | 2 | Primer cuatrimestre |

Materias

| Titulación | Materia | Caracter |
|-------------------------------------|----------------------------------|-----------------|
| 1317 - Grado de Turismo | 19 - Psicología Social I | Obligatoria |
| 1926 - Doble Grado en Turismo y ADE | 3 - Asignaturas de segundo curso | Obligatoria |

Coordinación

| Nombre | Departamento |
|----------------------|-------------------------|
| MURGUI PEREZ, SERGIO | 306 - Psicología Social |

RESUMEN

La **Psicología Social del Turismo** es una asignatura adscrita al Departamento de Psicología Social, perteneciente a la Facultad de Psicología de la Universidad de Valencia. Se inserta dentro de un módulo del Grado en Turismo (Materia: Psicología Social I, 12 ECTS) que incluye dos asignaturas obligatorias con contenidos específicos del Turismo: a) Psicología Social del Turismo, y b) Habilidades sociales y trabajo en grupo para profesionales del Turismo, y una asignatura optativa: c) Estilos de liderazgo y técnicas de negociación (4,5 ECTS).

En estrecha relación con este objetivo, la asignatura pretende que el alumno sea capaz de aplicar los contenidos teóricos a diferentes ámbitos vitales y profesionales del Turismo.



Dado su carácter de formación obligatoria, sólo se precisan los requisitos necesarios para acceder inicialmente a los estudios de grado en esta titulación.

La **Psicología Social del Turismo** se imparte durante el segundo curso del Grado en Turismo en el primer semestre del curso, teniendo un carácter académico de asignatura básica de rama, consta de 6 créditos teórico-prácticos que equivalen a 150 horas de trabajo del alumno. Se desarrollará a lo largo de 15 semanas y 24 sesiones en el aula combinando exposiciones del profesor, ejercicios individuales y grupales, seminarios y visionado y comentario de documentales.

Los graduados en Turismo desempeñan su labor profesional en organizaciones que requieren contacto directo con personas, y donde hay que cubrir necesidades del cliente de ocio, tiempo libre y vacaciones. La comunicación como herramienta base de la interacción social, la formación de la identidad individual y social, las relaciones con los otros (atracción, conductas de ayuda y conductas agresivas) son contenidos explicados en la materia Psicología Social del Turismo

La psicología social estudia el origen social del comportamiento, los afectos, los sistemas de creencias o los procesos mentales (percepción, juicio, memoria). Entre los procesos fundamentales figuran la interacción social, la influencia social y la comunicación social. Plantea que los procesos psíquicos superiores están vinculados al contexto social y a las posiciones que ocupa el individuo en ese contexto; la definición de esas posiciones sociales viene dada principalmente por los grupos de pertenencia y referencia del individuo. Esta disciplina constituye una perspectiva *sui generis*, al articular la psicología y la sociología. Según la orientación, esta articulación entre lo social y lo mental se estudia en cuatro planos: el intraindividual, el interindividual, el grupal y el ideológico.

El programa de Psicología Social del Turismo tiene como objetivo ofrecer un panorama, histórico, teórico y conceptual de esta disciplina. En esta materia se enseñará al alumnado sus conceptos básicos, los métodos de investigación que le son propios y los principales ámbitos de aplicación de la psicología social del turismo. Se recomienda conocimiento de inglés y un conocimiento básico de estadística y diseños de investigación.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Dado su carácter de formación obligatoria, sólo se precisan los requisitos necesarios para acceder inicialmente a los estudios de grado en esta titulación.

COMPETENCIAS



1317 - Grado de Turismo

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- Manejar técnicas de comunicación.
- Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

OBJETIVO GENERAL: que el alumno/a consiga un aprendizaje básico de la materia PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO y de las muchas aplicaciones que tiene en el desempeño profesional cotidiano del graduado en turismo.

OBJETIVOS TEMÁTICOS:

CONCEPTUALES:

- Adquirir y dominar los conocimientos básicos en la materia PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO.
- Profundizar en el conocimiento y comprensión de las funciones propias de la intervención del graduado en turismo desde las aportaciones planteadas por la PSICOLOGÍA SOCIAL (conceptos básicos y principales teorías).
- Motivar al alumno/a para reflexionar sobre las aportaciones planteadas por la Psicología Social (conceptos básicos y las principales teorías), así como propuestas instrumentales planteadas desde la PSICOLOGÍA SOCIAL en las tareas y funciones desarrolladas por los Graduados en Turismo.
- Capacitar al alumno para establecer relaciones entre conceptos teóricos de la materia PSICOLOGÍA SOCIAL y los problemas del Turismo.
- Conocer los procesos, elementos y principios básicos que configuran y explican la interacción social en sus dimensiones: individual, interpersonal, intragrupal e intergrupala.
- Utilizar de forma correcta la terminología propia de la materia.
- Capacitar al alumno para analizar diferentes problemáticas turísticas desde los procesos básicos de la interacción social en sus dimensiones: individual, interpersonal, intragrupal e intergrupala.
- Conocer la influencia de lo social en el funcionamiento mental.
- Conocer modelos y teorías de la psicología social.
- Conocer conceptos, métodos y técnicas propios de la psicología social así como su utilidad y relevancia en el ámbito del turismo.



- Comprender y analizar determinados procesos sociales básicos como la percepción social, la atribución de causalidad, la motivación y el cambio de actitudes.
- Conocer y analizar algunos de los procesos de interacción social y grupal como la interacción social, o la comunicación interpersonal.
- Conocer la dimensión social del ser humano contemplando factores históricos y socioculturales.

DESTREZAS:

- Conocer los métodos y técnicas que utiliza la PSICOLOGÍA SOCIAL para analizar la interacción social y el comportamiento humano, y saber aplicarlos al diseño de programas de intervención en problemas sociales.
- Ser capaz de hacer búsquedas de fuentes bibliográficas y /o documentales para su uso en la fundamentación de proyectos sociales.
- Ser capaz de redactar proyectos e informes centrados en problemas sociales.
- Conceptualizar fenómenos turísticos emergentes.
- Analizar el conflicto y el cambio social en el turismo.
- Reflexionar sobre la relevancia que determinadas competencias y conocimientos interpersonales pueden tener en su faceta profesional.

ACTITUDINALES:

- Capacidad de comprensión de la dimensión social de los procesos subjetivos y de formación de identidades personales y sociales.
- Desarrollar un espíritu crítico en la comprensión de los fenómenos turísticos.
- Capacidad para valorar las necesidades y circunstancias de las personas en situaciones diversas.
- Habilidad para solucionar problemas turísticos.
- Capacidad de utilizar ideas, teorías, conceptos de la psicología social y aplicarlos en situaciones concretas para la resolución de problemas turísticos reales.
- Capacidad de análisis y síntesis de problemas turísticos.
- Habilidad para proyectar lo aprendido en análisis de textos, investigación y realización de ensayos sobre el hecho turístico.
- Habilidad para reconocer y gestionar las emociones propias y las de los demás.
- Habilidad comunicativa y de relaciones interpersonales, sobre todo la escucha activa y empatía hacia los otros.



- Habilidad de expresión verbal, no verbal, escrita y telefónica.
- Habilidad para influir en los otros, asesorar, acompañar y establecer vínculos.
- Cooperación, trabajo en equipo y negociación de conflictos, base del trabajo en equipos multiprofesionales.
- Capacidad de adaptación, organización y planificación de tareas, solución de problemas y toma de decisiones.
- Capacidad de gestión y análisis de la información procedente de textos científicos y profesionales relacionados con la psicología.
- Capacidad para valorar y discutir el propio trabajo y el de los demás, mediante la crítica y la autocrítica.
- Habilidad para transferir el conocimiento académico a las diferentes situaciones reales.
- Capacidad para el reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad.
- Aplicar el sentido de ética personal y profesional en todas las acciones a desarrollar.
- Motivación por la calidad total y el aprendizaje autónomo.
- Capacidad de iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor.
- Capacidad para elaborar instrumentos de medida en psicología social.
- Capacidad de recogida, gestión, análisis e interpretación de la información.
- Capacidad para realizar investigación en psicología social del turismo.
- Capacidad para leer artículos científicos de psicología social aplicada al turismo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La Psicología Social. Psicología Social aplicada al turismo

Gordon Allport escribió en 1954 que aunque las raíces de la psicología social se encuentran en el sustrato de la tradición occidental en su conjunto, hay que reconocer que su florecimiento actual es un fenómeno típicamente estadounidense. Y tenía razón, dependiendo de qué entendamos por psicología social. A partir de sus raíces en el pensamiento del XIX, la psicología social podría haber seguido caminos y definido objetos diversos. Sin embargo, de entre todos ellos, es el enfoque psicológico - experimental y cognitivo- de los académicos estadounidenses el que se ha apropiado para sí el nombre de la disciplina.

1.1. Introducción.

1.2. Psicología social y psicología social aplicada al turismo

1.3. Psicología social para graduados en turismo.

1.4. La psicología social del turismo y otras disciplinas científicas



2. La perspectiva psicosocial del turismo

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Definición del fenómeno turístico
- 2.3. El turista: tipos y características psicosociales
- 2.4. La organización y los servicios: características
- 2.5. El destino: la imagen-destino

3. Percepción e impresiones de personas. Identidad social y atribución

Cuando nos presentan a alguien por primera vez, buscamos activamente indicios que nos permitan deducir qué tipo de persona es, porque eso es esencial para seleccionar un patrón de conducta adecuado. Las investigaciones pioneras de Asch con listas de rasgos descriptores iniciaron todo un ámbito clásico en la psicología social que se ha ocupado de investigar cómo nos formamos impresiones acerca de las personas. Las teorías de la atribución, por su parte, plantean que el ser humano actúa como un psicólogo ingenuo, y al contemplar las acciones de otros se esfuerza por buscarles una explicación para poder predecir sus conductas futuras. En este tema veremos tanto los distintos modelos que se han

postulado sobre el modo en que integramos la información sobre los otros como los diversos factores que influyen en la percepción de personas y en la interpretación de sus conductas.

- 3.1. Introducción.
- 3.2. Percepción de personas y formación de impresiones en turismo
- 3.3. La identidad social del turista
- 3.4. La atribución en turismo: sesgos y consecuencias de las atribuciones

4. La motivación.

La motivación es importante en las sociedades pues se vincula con el rendimiento laboral, el bienestar o la satisfacción con la vida, el comportamiento del consumidor, etc..Existen diversas perspectivas desde las que se puede abordar su estudio, la jerarquía de necesidad de Maslow, los motivos de Mc Clelland, las teorías de la equidad o de las expectativas, el condicionamiento, cada una de ellas aporta un marco referencial, así como una metodología de trabajo.

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Necesidades y refuerzos
- 4.3 Teorías de motivación turística
- 4.4 La motivación y la satisfacción turística

5. Actitudes, persuasión y conformidad

Cuando escuchamos el discurso de un político, ¿qué nos influye más? ¿La solidez de sus argumentos, la convicción con que habla, la simpatía de su sonrisa? Hay muchos factores que incrementan nuestra capacidad de persuasión. nuestra credibilidad, nuestro atractivo, nuestro poder de coerción. Sin embargo, cada uno de ellos tiene mayor efecto en unas condiciones que en otras; y además, las consecuencias que cada uno de ellos tiene en la modificación de las actitudes son también diferentes.



Hovland, Janis, McGuire y otros investigadores de la universidad de Yale analizaron cuidadosamente el impacto que las características de la fuente, del mensaje y del receptor tenían en el cambio de actitudes. A partir de ellos, las actitudes y sus procesos de cambio se establecieron como uno de los temas más clásicos en psicología social. Después, muchos autores han distinguido entre persuasión 'racional' o central y persuasión 'superficial' o periférica. Dos autores estadounidenses, Petty y Cacioppo, han integrado ambas 'vías' de persuasión en un modelo el Modelo de la Probabilidad de Elaboración- que especifica en qué circunstancias nos dejaremos influir más por uno u otro tipo de factores.

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Definición y componentes de las actitudes.
- 5.3. Funciones, consecuencias y cambio de actitudes en turismo
- 5.4. Conformidad y condescendencia

6. Los estereotipos, los prejuicios y la discriminación.

El holocausto judío es la expresión más trágica y más extrema de hasta dónde pueden conducir los prejuicios en las relaciones sociales. Tras la segunda guerra mundial, la psicología social adquirió un nuevo impulso en el esfuerzo por comprender cómo el ser humano podía alcanzar semejantes cotas de irracionalidad. Frente a líneas de investigación anteriores que habían considerado los prejuicios un fenómeno ligado a rasgos de personalidad patológicos, Tajfel fue el autor que mejor desarrolló el análisis de los estereotipos sociales como producto del proceso de categorización. Así planteó la pesimista paradoja de que la raíz de tanta irracionalidad aparentemente inhumana se encontraba en el mismo esfuerzo racional del ser humano por dar significado al mundo que le rodea. Veremos en este tema cómo nos formamos prejuicios acerca de los grupos, por qué los mantenemos, cómo pueden medirse y cambiarse.

- 6.1. Introducción.
- 6.2. Definición de estereotipo, prejuicio y discriminación
- 6.3. Formación y efectos de estereotipos y prejuicios en turismo
- 6.4. Cambio de los estereotipos y discriminación en turismo

7. Psicología ambiental y turismo

Los apartados del tems son los siguientes:

- 7.1. Introducción
- 7.2. Psicología ambiental, entorno físico y condiciones ambientales
- 7.3. Cognición y percepción del ambiente en turismo
- 7.4. Actitudes hacia el medio ambiente en turismo

**8. Psicología de las organizaciones turísticas.**

Los apartados del tema son:

- 8.1. Introducción
- 8.2. Planificación y organización de personas en establecimientos turísticos
- 8.3. Selección, acogida y formación de personas
- 8.4. Evaluación, retribución y desvinculación del empleado

VOLUMEN DE TRABAJO

| ACTIVIDAD | Horas | % Presencial |
|--|---------------|--------------|
| Clases de teoría | 30,00 | 100 |
| Prácticas en aula | 30,00 | 100 |
| Elaboración de trabajos en grupo | 10,00 | 0 |
| Estudio y trabajo autónomo | 10,00 | 0 |
| Lecturas de material complementario | 14,00 | 0 |
| Preparación de actividades de evaluación | 35,00 | 0 |
| Preparación de clases prácticas y de problemas | 10,00 | 0 |
| Resolución de casos prácticos | 10,00 | 0 |
| Resolución de cuestionarios on-line | 1,00 | 0 |
| TOTAL | 150,00 | |

METODOLOGÍA DOCENTE**Estructura de la materia**

La materia de Psicología Social del Turismo consta de 8 temas, para algunos de los cuales se ha seleccionado dos tipos de texto:

- Un texto básico, que corresponde a los contenidos esenciales del tema. Su finalidad es fijar los contenidos mínimos que todo estudiante debe adquirir sobre cada tema para superar la materia (examen).
- Un texto complementario, que aborda fenómenos y procesos importantes del tema que no quedan cubiertos con el texto básico. Su finalidad es, por consiguiente, subsanar las carencias del texto básico para dar una idea completa y equilibrada del tema en cuestión.

La dinámica de las clases

Para cada tema, se dedicarán un número diferente de sesiones, dependiendo de la dificultad y de la profundidad de la materia a impartir. Se emplearán las sesiones teóricas para explicar los contenidos básicos de cada tema, con las ilustraciones prácticas y ejercicios que sean adecuados para favorecer la comprensión



Una vez impartido el programa, la última sesión se empleará para tareas de tutoría y orientación en grupo, repasando cuestiones fundamentales y aclarando dudas.

La dinámica de las tutorías y el aula virtual

El estudiante contará a lo largo de todo el tiempo con la orientación del profesorado del módulo, cuyo horario de tutorías estará disponible en el aula virtual, de forma presencial o a través del foro virtual, en el cual podrá plantear las dudas relativas al estudio y recibirá respuesta a las mismas. La utilización de estas herramientas quedará bajo la responsabilidad y reglamentación del profesor.

Las informaciones que son aplicables a todos (por ejemplo, la comunicación sobre la alternativa de evaluación a que se acoge cada uno) se canalizarán siempre mediante el aula virtual y no por correo electrónico. En el aula virtual se colgarán también las calificaciones en su momento, las informaciones que sean de utilidad general y los materiales complementarios que sean oportunos.

La actividad desarrollada en esta materia va a combinar diferentes metodologías didácticas en función de los objetivos planteados y en la diversidad de formas de trabajo propuestas en el mismo.

EVALUACIÓN

EVALUACIÓN

La evaluación de los contenidos teóricos de la asignatura mediante examen supondrá un 60% de la nota final. Para aprobar la asignatura será necesario obtener al menos un 2.5 puntos (sobre un total de 6) en el examen teórico.

El resto de la nota lo constituyen: - actividades complementarias (a lo largo del curso en las clases de teoría, un 10%), - las actividades prácticas (mediante actividades prácticas, el 30% de la nota).

La nota final de la asignatura será una única puntuación final de 0 a 10 y su calificación quedará sometida a lo dispuesto en la Normativa de Calificaciones de la Universitat de València (ACGUV 12/2004), es decir, para superar la asignatura deberá obtenerse una nota de 5 o superior.

EXAMEN DE LOS ASPECTOS TEÓRICOS: Hasta 6 puntos.

Examen por escrito del material teórico de la asignatura. El examen podrá incluir alguna de las siguientes modalidades de pregunta: preguntas de respuesta cerrada (tipo test, de dos o más alternativas de respuesta) o bien preguntas de tipo teórico o con casos prácticos con respuesta abierta (texto redactado por el alumno/a). El tipo de preguntas del examen y su número será determinado por el profesorado del módulo y tendrá el mismo formato, número de preguntas y contenidos en ambas convocatorias.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS: Hasta 3 puntos.

Las actividades prácticas se evaluarán mediante tres tipos de actividades:



- actividades en el aula (trabajo supervisado por el profesorado)
- actividades fuera del aula
- elaboración de un informe posterior (optativamente puede incluir presentación pública de resultados de las partes anteriores)

La suma de la nota en cada de las partes constituirá la nota de cada práctica. La nota final de las actividades prácticas se realizará conforme a la legislación vigente y será una única puntuación de 0 a 3. Esta nota se sumará a la nota del examen si se obtiene más de 2,5 en el examen teórico.

Al menos una de las prácticas consistirá en un trabajo de investigación sobre psicología social del turismo, con un valor asignado a la misma de, como mínimo, un punto.

La calificación final de las actividades prácticas no será recuperable en segunda convocatoria.

No se permitirá la entrega de trabajos fuera de la fecha indicada.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS: Hasta 1 punto.

En los diferentes temas se irán proponiendo actividades prácticas de tipo complementario que se sumará a la nota del examen (si se obtiene más de 2,5 en el examen teórico). Dichas actividades serán propuestas por el profesorado, por los medios que considere oportunos (en la propia clase, por aula virtual, etc..). La combinación, utilización o exclusión de cada tipo de preguntas o actividades quedará a criterio del profesor/a. Se podrá tener en cuenta la participación activa de los/las estudiantes tanto en las clases en el aula, como a las tutorías individuales o en grupo, así como su motivación por la calidad de los resultados del aprendizaje. No se permitirá la entrega de trabajos fuera de la fecha indicada.

En caso de adelanto de convocatoria, la evaluación constará de un examen escrito cuya ponderación en la nota final será 80% de la nota final, y de la realización de prácticas cuya ponderación en la calificación final será de 20%. La consulta e impugnación de la calificación obtenida en tareas de evaluación, quedará sometida a lo dispuesto en el Reglamento de Impugnación de Calificaciones (ACGUV de 29 de abril de 2008).

Plagio y tutorías

La copia o plagio manifiesto de cualquier tarea parte de la evaluación supondrá la imposibilidad de superar la asignatura, sometiéndose seguidamente a los procedimientos disciplinarios oportunos. Téngase en cuenta que, de acuerdo con el artículo 13. d) del Estatuto del Estudiante Universitario (RD 1791/2010, de 30 de diciembre), es deber de un estudiante abstenerse en la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los trabajos que se realicen o en documentos oficiales de la universidad. Por otra parte, en horario de tutoría, el profesorado podrá requerir entrevistas individuales o en grupo con tal de verificar el grado de participación y logro en los objetivos fijados para cualquier tarea desarrollada. No aceptar dicha verificación, supondrá no superar la tarea o actividad en cuestión.



Actividades recuperables y no recuperables:

Por su propia naturaleza y características de la asignatura, las actividades realizadas en grupo (tanto de teoría como de práctica) no serán recuperables.

REFERENCIAS

Básicas

- 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.
- Aragonés, 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

Complementarias

- 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.