



RES - 2023 - 40 - CD-ART # UNNE

VISTO:

El expediente N° 80-2023-01682, por el cual se eleva el programa de la asignatura “Psicología social”; y

CONSIDERANDO:

Que la asignatura “Psicología social”, corresponde al 1º cuatrimestre, del primer año de la Licenciatura en Turismo;

Que es necesario aprobar el programa presentado por la Profesora Silvia Beviglia, Profesora Adjunta a cargo de la asignatura;

Que el programa propuesto cuenta con informe favorable del Gabinete de Asesoría Pedagógica de la Facultad;

Que el Régimen Pedagógico de la Facultad, establece en su Artículo 14, que los programas tendrán una vigencia de tres años, a partir de la fecha de su aprobación;

Que la Comisión de Enseñanza, Investigación, Posgrado y Designaciones aconseja aprobar dicho programa;

Que dicho despacho fue aprobado en Sesión Ordinaria del Consejo Directivo del día 21 de noviembre de 2023;

Que la presente medida se toma en virtud de las atribuciones conferidas al Consejo Directivo por el Art. 32º del Estatuto de la Universidad Nacional del Nordeste.

**EL CONSEJO DIRECTIVO
DE LA FACULTAD DE ARTES, DISEÑO Y CIENCIAS DE LA CULTURA
RESUELVE:**

ART. 1º - APROBAR el Programa de la asignatura “Psicología social”, correspondiente al 1º cuatrimestre, del primer año, de la Licenciatura en Turismo, cuyo texto ordenado figura como ANEXO de la presente Resolución, tal lo tramitado por expediente N° 80-2023-01682, el que tendrá vigencia a partir de la fecha y por el término de tres años, período que establece el Régimen Pedagógico de la Facultad.



UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE



ART. 2º - REGISTRAR, comunicar y cumplido, archivar.-

MGTER PATRICIA MÓNICA NUÑEZ
SECRETARIA ACADÉMICA

MGTER FEDERICO ALFREDO VEIRAVÉ
DECANO

A N E X O

PROGRAMA PSICOLOGÍA SOCIAL

Área disciplinar: Estudios Socioculturales

Carrera: Licenciatura en Turismo

Asignatura: Psicología Social

Año: 2023

Equipo docente: Silvia Beviglia - Profesora Adjunta

Patricia Wenk - Jefe de Trabajos Prácticos

Lía Pozo – Auxiliar Docente

Fundamentación

La Psicología Social, como asignatura del primer año de la carrera, constituye una introducción al estudio, comprensión y previsión del comportamiento de las personas inmersas en la trama social y cultural de los grupos, organizaciones y comunidades. Además del aporte al propio conocimiento personal, proporciona al estudiante conceptos básicos referidos a las conductas interactivas de las personas tales como: influencia social, formación y cambio de actitudes, persuasión, prejuicios, estereotipos, discriminación, funcionamiento de los grupos humanos, comunicación y liderazgo, relaciones interpersonales y dinámica de grupos en la psicosociología del turismo.

Los contenidos de esta materia enriquecen la comprensión de muchas de las problemáticas específicas del campo profesional del técnico en turismo ya que se pretende analizar el fenómeno social del turismo desde la perspectiva propia de la Psicología Social situando al fenómeno turístico en una sociedad determinada, caracterizada por factores concretos que configuran un sistema en el que las actividades turísticas tienen una importancia creciente.

Al analizar la dimensión psicosocial del turismo esta asignatura puede aportar una perspectiva complementaria a los contenidos que se abordan en otros espacios de la carrera, a partir del análisis y reflexión sobre temáticas relacionadas con los sujetos de la actividad turística, los perfiles y tipos de turistas, sus expectativas y motivaciones, el impacto psicosocial del turismo, los efectos socioculturales y las nuevas modalidades y tendencias de esta actividad.

En análisis de estas temáticas se realiza teniendo en cuenta las nuevas tecnologías, ya que las mismas tienen un impacto significativo en todos los fenómenos que atañen a la psicología social, debido a que han transformado las formas en que las personas se comunican, interactúan y se relacionan en la sociedad.

La Psicología Social intenta ser una herramienta laboral de eficacia operativa para el egresado, facilitándole el análisis y comprensión del comportamiento que las personas desarrollan en contextos de interacción social y con el entorno físico como el que supone la actividad turística.

Para la organización y desarrollo de los contenidos de este espacio se adopta el enfoque didáctico del aprendizaje basado en problemas. A partir de la presentación de un problema los alumnos analizan textos con el propósito de comprender y solucionar el problema. Las exposiciones de los docentes y las actividades de discusión grupales están orientadas a profundizar sobre el problema. Se plantean instancias de formación que acerquen al estudiante a la realidad del campo profesional del turismo, para propiciar procesos de comprensión de los fenómenos psicosociales, su necesaria

contextualización para interpretarlos e intervenir en ellos desde el compromiso político, social y técnico que la práctica profesional supone.

Los contenidos se organizan en torno a cuatro ejes temáticos, que abordan de acuerdo con el desarrollo de las estrategias propuestas y los emergentes de las experiencias de aprendizaje de los alumnos.

1. Temas centrales de la Psicología Social: se introduce a los estudiantes en las problemáticas específicas de la Psicología Social, de su constitución, su historia, sus métodos de estudio y algunas nociones básicas necesarias para interpretar, comprender y predecir los comportamientos de las personas en la interacción social.
2. Psicología de los grupos y las relaciones interpersonales: se abordan cuestiones inherentes a la constitución de los grupos, la adjudicación y el desempeño de roles, la comunicación y el liderazgo y otros conceptos que apuntan a comprender el funcionamiento de los grupos en el ámbito turístico.
3. Aproximación psicosocial del turismo: se propone el análisis de las necesidades, expectativas y motivaciones de los diferentes tipos de turistas que permitirán el desarrollo de estrategias orientadas a la promoción de actividades turísticas.
4. Impacto psicosocial del turismo: se focaliza la reflexión en torno a los efectos que producen las actividades turísticas en las personas y en los grupos para comprender las demandas, modalidades, tendencia y manifestaciones actuales del comportamiento turístico.

Objetivos

Objetivos generales

La propuesta pedagógica de la asignatura se orienta a que los estudiantes logren:

- Adquirir conocimiento de los conceptos básicos que componen el marco teórico de la Psicología Social que le permita analizar e interpretar el comportamiento de las personas en los grupos, organizaciones y comunidades.
- Apreciar la importancia del turismo como fenómeno social y cultural, a partir del análisis de los factores que influyen en el comportamiento psicosocial en el sector turístico con el que tendrá contacto profesional.
- Desarrollar habilidades para manejar los elementos psicológicos y sociológicos útiles que le permitan diseñar, desarrollar y evaluar estrategias de intervención en contextos de ocio y tiempo libre en los cuales está inmersa su futura tarea.

Objetivos específicos

La propuesta pedagógica de la asignatura se orienta a que los estudiantes logren:

- Identificar y explicar los procesos de influencia social que permiten comprender el funcionamiento de las personas en un entorno social
- Reconocer y diferenciar el comportamiento psicosocial de los individuos en los grupos en el inter juego de roles, comunicación y liderazgo.
- Distinguir y caracterizar las necesidades, expectativas y motivaciones de los distintos tipos de turistas como sujetos sociales.
- Comprender y explicar el impacto psicosocial y cultural del turismo identificando sus modalidades, tendencias o manifestaciones actuales.

Contenidos

UNIDAD 1: Temas centrales de la Psicología Social

Objeto de estudio, relaciones con otras ciencias y métodos de estudio de la Psicología Social. Influencia social, conformidad y obediencia. Actitudes y conductas. Teoría de la disonancia cognitiva. Cambio actitudinal, persuasión, elementos de la comunicación persuasiva. Esquemas, estereotipos, prejuicios y discriminación.

UNIDAD 2: Psicología de los grupos y las relaciones interpersonales

Los grupos humanos. Clasificación de los grupos. Estructura grupal, estatus, roles, normas. Comunicación grupal y nuevas tecnologías. Liderazgo, estilos de liderazgo. Facilitación social y toma de decisiones en grupo. Procesos intergrupales, teoría del conflicto realista, teoría de la identidad social.

UNIDAD 3: Aproximación psicosocial del turismo

Psicosociología del turismo. Dimensiones de la actividad turística. Las motivaciones humanas. Motivación del viaje y del turista. Los sujetos de la actividad turística, tipología de la demanda turística. Satisfacción turística y autenticidad. Segmentos del mercado turístico. Estacionalidad como comportamiento psicosocial.

UNIDAD 4: Impacto psicosocial del turismo

Características de la interacción entre turistas y residentes. Consecuencias del contacto directo e indirecto entre turistas residentes en la comunidad receptora. Efectos en la percepción de los nativos del fenómeno turístico. Consecuencias de los viajes y del turismo en la actitud de los turistas. Turismo y calidad de vida.

Metodología de enseñanza

En el desarrollo de este espacio, las clases teóricas están orientadas a brindar un panorama general de los principales conceptos y ejes problemáticos de cada una de las unidades propuestas a partir de la discusión y debate de los contenidos del programa. En las clases prácticas se pretende lograr la articulación de las conceptualizaciones trabajadas en las clases teóricas y planteadas en la bibliografía de la asignatura, a través de la resolución de problemas y la aplicación práctica en casos reales y situaciones concretas.

De esta manera, el espacio curricular asume un formato de seminario-taller donde los estudiantes, partiendo de sus ideas previas y experiencias, tienen un lugar central en la construcción de conocimientos colectivos en torno a la reflexión sobre la psicología social, en tanto herramienta de mejoramiento y transformación de las relaciones sociales en el ámbito del turismo.

Se realizan actividades presenciales y no presenciales; clases teórico-prácticas, espacios de consulta de alumnos en tutorías, talleres de lectura, búsqueda y análisis de bibliografía, con apoyo de la virtualidad, utilizando la plataforma de la UNNE Virtual, que permiten acompañar los procesos de aprendizaje de los estudiantes.

Las estrategias didácticas como la exposición del docente y de los estudiantes, los trabajos prácticos individuales y grupales, el estudio independiente, la resolución de situaciones problemáticas y de ejercicios de aplicación, son utilizadas tanto en las clases teóricas como prácticas. Se pretende

fomentar el aprendizaje significativo a través de estrategias metodológicas (análisis de casos, búsqueda de información, lectura comprensiva e interpretativa, elaboración de trabajos prácticos, etc.) que lleven al estudiante a un posicionamiento activo, estimulando un aprendizaje reflexivo y crítico. Se plantea la realización de tres trabajos prácticos obligatorios, dos grupales y un trabajo final integrador individual, en las clases prácticas se trabaja con las consignas y la bibliografía de cada uno de ellos, dando la posibilidad a los estudiantes a realizar las consultas pertinentes y recibir el acompañamiento necesario por parte de los docentes.

Recursos didácticos

Las clases se desarrollarán utilizando los recursos necesarios en cada caso, videos, presentaciones, material periodístico, bibliografía obligatoria y complementaria, documentos de apoyo, guías didácticas, trabajos prácticos, todos disponibles en el aula virtual de la asignatura.

Evaluación

La propuesta de evaluación del proceso de aprendizaje de los estudiantes se lleva a cabo desde una perspectiva que contempla los distintos factores que puedan estar obstaculizando o promoviendo la comprensión, la interrelación o la transferencia de las temáticas analizadas.

Se instrumentan espacios reflexivos a lo largo del curso a fin de permitir una evaluación del proceso del grupo (autoevaluación, coevaluaciones, aportes y sugerencias al equipo docente, etc.). Esto permite realizar los ajustes necesarios para dar una mayor pertinencia a la formulación de las tareas y objetivos de la asignatura, y específicamente en lo relacionado con el desarrollo de las actividades que se proponen como trabajos prácticos.

En las evaluaciones se tendrán en cuenta los siguientes **criterios**:

- Comprensión de los núcleos esenciales de los contenidos.
- Capacidad de argumentación con el apoyo de la bibliografía propuesta.
- Participación dentro del grupo e interés en el seguimiento de la tarea.
- Capacidad de lectura comprensiva, reflexiva y crítica, análisis y síntesis.
- Cumplimiento en término de las actividades propuestas en el desarrollo de las clases.
- Calidad y claridad en la exposición escrita y en la expresión oral.
- Aplicación de conceptos teóricos y referencia de bibliografías y autores recomendados.
- Coherencia en las argumentaciones propuestas basadas en los aprendizajes realizados.
- Capacidad de integración de los diferentes temas del programa

El régimen de promoción adoptado para el cursado de la asignatura prevé las siguientes instancias:

1. **Promoción mediante evaluaciones parciales, sin examen final.** Se realizarán tres evaluaciones parciales. Para promocionar la asignatura el estudiante deberá aprobar todas las evaluaciones parciales (con la posibilidad de un solo examen recuperatorio de la evaluación parcial que tenga insuficiente o estuvo ausente), registrar una asistencia mínima del 80% a las clases teóricas y prácticas y aprobar todos los trabajos prácticos requeridos.

2. **Promoción mediante evaluaciones parciales con examen final.** Se realizarán dos evaluaciones parciales. Para regularizar la materia y poder rendir el examen final, el estudiante deberá aprobar las dos evaluaciones parciales (con la posibilidad de un solo examen recuperatorio en la evaluación que

tenga insuficiente o estuvo ausente), registrar una asistencia mínima del 60% a las clases teóricas y prácticas y aprobar todos los trabajos prácticos requeridos.

3. Promoción mediante examen final. Los estudiantes deberán rendir con el programa vigente de la asignatura y tendrán la oportunidad de solicitar espacios de consulta, tutoría, orientaciones sobre contenidos y bibliografía de la asignatura. El examen final tendrá dos instancias: la primera escrita y la segunda oral, referidos a temas propuestos por el tribunal y extraídos del último programa de la materia.

Bibliografía:

♦ Básica y obligatoria:

- Hollander, Edwin (1982) *Principios y Métodos en Psicología Social*. Amorrortu Editores. Buenos Aires.
- VanderZanden, James W. (1990) Manual de Psicología Social. Paidos Studio
- Worchel, Stephen; Cooper, Joel; Goethals, George y Olson, James (2003) *Psicología Social*. Thomson Editores. Madrid.
- Bauleo, Armando y otros. Lo grupal. Ediciones Búsqueda.
- Pampliega de Quiroga, Ana. Enfoques y perspectivas en Psicología Social. Ediciones Cinco.
- Moscovici, Serge (1985). El campo de la Psicología Social. En “Psicología Social”. Barcelona: Ed. Paidós. Tomo I, Prólogo e Introducción.
- Pichón Riviere, Enrique. El Proceso grupal. Del psicoanálisis a la psicología social. Nueva Visión.
- San Martín García, Jesús Emilio. (2004) *Psicosociología del ocio y del turismo*. Editorial Aljibe. Málaga.
- Gómez-Jacinto, L. Psicología Social del Turismo. En M.T. Vega, y M.Tabernero (Comps.) *Psicología de la educación, cultura, ocio y turismo*. Salamanca. Eudemus.
- Montaner Montejo, Jordi (2000). *Psicosociología del turismo*. Editorial Síntesis. Madrid.
- Sánchez, J.C. “Psicología de los grupos. Teorías, procesos y aplicaciones. Universidad de Salamanca.

♦ Complementaria:

- Anastasi, A. Psicología aplicada. Editorial Kapeluz.
- Bauleo, Armando. Ideología, grupo y familia. Ediciones Búsqueda.
- Bouillon, R. Tiempo libre. Trillas.
- Castaño, J.M. (2005). Psicología social de los viajes y del turismo. Madrid: Thomson.
- Del Cueto, Ana María y Fernández, Ana María (1985). El dispositivo grupal. En “LoGrupal 2”. Buenos Aires: Ed. Búsqueda.
- Deutsch, M y Krauss, R.M. Teorías en Psicología Social. Editorial Paidos.
- Jodelet, Dense (1985). Las representaciones sociales. En Moscovici, Serge: “Psicología Social”. Barcelona: Ed. Paidós. Tomo II.
- Hewstone, M. y otros. Introducción a la psicología social: una perspectiva europea. Barcelona. Ariel.
- Marc, E. Y Picard, D. La interacción social Cultura, instituciones y comunicación. Piados.
- Marin, Gerardo. Manual de investigación en psicología social. Editorial Trillas.
- Myers, D. Psicología Social. Edit. McGraw-Hill Interamericana.



UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE



- Morales, F., Gaviria, E., Moya, M. y Cuadrado, I. (2007.), Psicología Social. Madrid: McGraw-Hill
- Moscovici, S. Y otros. Psicología social. Editorial Paidós.
- Pearce, P.L. (1982). The social psychology of tourism behavior. Oxford: Pergamon Press.

Hoja de firmas