

Plan 253 Dip. en Turismo

Asignatura 30692 ESTRUCTURA DE MERCADOS

Grupo 1

Presentación

Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.

Programa Básico

El programa básico de la asignatura Estructura de Mercados de segundo curso de la Diplomatura de Turismo, independientemente de su estructura organizativa formal (partes, temas, epígrafes y subepígrafes) estará compuesta por los siguientes objetivos o conocimientos:

1. Conceptos fundamentales del turismo: definición y medición
2. Economía del turismo
 - datos macroeconómicos de la actividad turística
 - la demanda de turismo
 - la oferta turística
3. Política y planificación turística
 - intervención pública en materia de turismo: argumentos y funciones
 - administraciones y organismos involucrados en materia de turismo
 - planificación turística
4. El sector turístico empresarial: características, situación actual y perspectivas de futuro
 - agencias de viaje
 - sector hotelero
 - aviación civil

Objetivos

El objetivo básico de la asignatura es proporcionar al alumno unos conocimientos que le permitan analizar y comprender la actividad turística en sus diferentes facetas, especialmente en su dimensión económica, así como despertar su interés por los acontecimientos nacionales e internacionales que afectan al sector turístico. Se profundizará, por una parte, en la economía del sector turístico, como continuación de la asignatura Introducción a la Economía. Se abordará, por otra parte, la política y la planificación turística, analizando las principales administraciones e instituciones implicadas en materia de turismo. Y se estudiarán, finalmente, los principales mercados y sectores de actividad, haciendo siempre especial referencia al caso español y a la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Se pretende, así mismo, que el alumno desarrolle y consolide los conocimientos adquiridos mediante la aplicación práctica y la reflexión crítica, por lo que junto con la exposición de contenidos teóricos por parte del profesor, se llevarán a cabo clases prácticas en las que se resolverán los ejercicios propuestos, se analizarán las cifras estadísticas más importantes del sector y se debatirán artículos de interés para el desarrollo del programa.

En definitiva, la asignatura pretende desarrollar no sólo una serie de competencias específicas (conceptos básicos del turismo, economía del turismo, manejo de fuentes de información, etc.) sino también competencias transversales de distinto tipo: instrumentales (capacidad de análisis y síntesis, comunicación oral y escrita, gestión de la información), personales (trabajo en equipo, razonamiento crítico, responsabilidad) y sistémicas (aprendizaje autónomo, creatividad e iniciativa).

PARTE I: INTRODUCCIÓN

TEMA 1. Turismo: concepto y definiciones

- 1.1. Definición de turismo
- 1.2. Concepto y características del mercado turístico
- 1.3. El turismo: una actividad interdisciplinaria
- 1.4. Fuentes estadísticas del turismo

PARTE II: ECONOMÍA DEL TURISMO

TEMA 2. Turismo y Economía

- 2.1. Introducción
- 2.2. Producción: el PIB turístico y las CSTE
- 2.3. El empleo turístico
- 2.4. La balanza de pagos
- 2.5. Efectos económicos del turismo

TEMA 3. La Demanda Turística

- 3.1. Introducción. La demanda de turismo, una decisión compleja
- 3.2. Factores determinantes de la demanda turística
- 3.3. Evolución de la demanda turística
- 3.4. Tendencias actuales y de futuro

TEMA 4. La Oferta Turística

- 4.1. La función de oferta turística
- 4.2. Tipología de la oferta turística
- 4.3. Evolución de la oferta turística internacional y española
- 4.4. La oferta turística en Castilla y León

PARTE III: ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICA TURÍSTICA

TEMA 5. Relaciones Turísticas Internacionales

- 5.1. Relaciones Turísticas Internacionales: concepto y clases
- 5.2. Evolución de las relaciones turísticas internacionales
- 5.3. Organizaciones, instituciones y asociaciones turísticas mundiales
- 5.4. La organización Mundial del Turismo (OMT)

TEMA 6. Política Turística

- 6.1. Introducción: los fallos del mercado y la intervención pública
- 6.2. La Política Turística
- 6.3. La Administración General del Estado
- 6.4. La Administración Autonómica y Local
- 6.5. Organismos administrativos de cooperación y asesoramiento

TEMA 7. La Planificación Turística

- 7.1. Introducción: la estrategia de la planificación
- 7.2. La planificación turística en la Administración Central del Estado
- 7.3. El Plan Regional de Turismo de Castilla y León
- 7.4. La planificación en la Administración Local

PARTE IV: EL TEJIDO EMPRESARIAL

TEMA 8. Agencias de Viaje

- 8.1. Definición, clasificación y funciones
- 8.2. Sistemas de integración entre agencias de viaje y tour operadores
- 8.3. El sector de las agencias de viaje en España
- 8.4. Tendencias actuales y de futuro

TEMA 9: El Sector de Alojamientos

-
- 9.1. Modalidades de alojamiento
 - 9.2. Estructura de gestión de los hoteles
 - 9.3. El sector hotelero en España
 - 9.4. Tendencias actuales y de futuro

TEMA 10. El Transporte Aéreo

- 10.1. Evolución histórica del transporte aéreo
 - 10.2. La situación española del transporte aéreo
 - 10.3. Tendencias actuales y de futuro
-

Programa Práctico

Todos los temas del programa se desarrollarán mediante ejercicios prácticos que buscarán aplicar los aspectos teóricos analizados en clase y fomentar el interés por el sector turístico. Además de trabajos individuales o en grupo de carácter voluntario, se desarrollarán otro tipo de prácticas como debates o comentarios de textos relativos a artículos y noticias de la actualidad turística, y que se irán planteando a lo largo del curso.

Evaluación

La evaluación del conocimiento de la asignatura se llevará a cabo por el sistema de examen escrito. Habrá un examen final en junio y otro en septiembre. Los exámenes se realizarán en las fechas señaladas por las autoridades académicas. Al examen se debe acudir con la documentación identificativa del alumno (DNI, carnet de la UVA, etc.) y con una calculadora.

Bibliografía
