

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Básica

Créditos ECTS

6 ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

La asignatura Estructura económica de los mercados turísticos contribuye a desarrollar dos tipos de competencias. Por una parte, Competencias Transversales o Genéricas, comunes cualquier titulación universitaria, y que pueden ser a su vez instrumentales (herramientas para aprendizaje y formación), personales (habilidades para mantener una buena relación con los demás) y sistémicas (instrumentos que aportan una visión de conjunto). Por otra parte, Competencias específicas, propias de los estudios de Turismo.

Dentro de las COMPETENCIAS TRANSVERSALES o genéricas podemos distinguir las siguientes:

Competencias Transversales Instrumentales (CTI)

- CTI. 1. Capacidad de análisis y síntesis.
- CTI. 2. Capacidad de gestión de la información.
- CTI. 4. Comunicación oral y escrita en lengua nativa.

Competencias Transversales Personales (CTP)

- CTP. 1. Compromiso ético.
- CTP. 3. Razonamiento crítico.
- CTP. 5. Trabajo en equipo.

Competencias Transversales Sistémicas (CPS)

- CTS. 2. Aprendizaje autónomo.
- CTS. 4. Creatividad.
- CTS. 5. Iniciativa y espíritu emprendedor.
- CTS. 6. Sensibilidad hacia los temas medioambientales.

Dentro de las COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE) encontramos las siguientes:

- CE. 1. Analizar la dimensión económica del turismo.
- CE. 2. Analizar los impactos generados por el turismo.
- CE. 4. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- CE. 5. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- CE. 8. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- CE. 18. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.

Estas competencias específicas serán desarrolladas a través de las siguientes subcompetencias:

Competencias disciplinares (saber):

1. Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial.
2. Conocer la evolución y características de los principales destinos turísticos a nivel mundial y nacional.
3. Estudiar las tendencias y los factores de inestabilidad del turismo.
4. Analizar la estructura del tejido empresarial de los principales sectores de actividad turística.
5. Conocer la importancia de la investigación turística, las fuentes de información y los métodos de interpretación.

Conocimientos profesionales (saber hacer):

1. Analizar e interpretar datos sobre la actividad turística.
2. Manejar fuentes de información económica y turística.
3. Diseñar una estructura de investigación, acceder a las fuentes de información, interpretar los datos e inferir resultados.
4. Desarrollar la capacidad crítica para el análisis del turismo.
5. Desarrollar la sensibilidad hacia la sostenibilidad (social, cultural y medioambiental) del turismo.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

El objetivo básico de la asignatura es proporcionar al alumno unos conocimientos que le permitan 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.

Esta idea genérica se concreta en unos RESULTADOS DE APRENDIZAJE que se pueden concretar en los siguientes aspectos:

1. Conocimiento de la dimensión e impacto económico del turismo.
2. Conocimiento de la oferta y la demanda de turismo a nivel mundial, nacional y regional.
3. Conocimiento de la estructura económica de los principales sectores turísticos.
4. Análisis de los retos y tendencias del turismo actual.
5. Manejo de las fuentes de información turística.
6. Diseño de un proyecto de investigación.
7. Adquisición de una conducta crítica y autocrítica con el sector turístico y con el desarrollo de la profesión turística.

Contenidos

PARTE I. INTRODUCCIÓN

Tema 1. Turismo: concepto y definiciones

1. Definición de turismo
2. Concepto y características del mercado turístico
3. La relación del turismo con otras áreas de conocimiento
4. Fuentes estadísticas del turismo

PARTE II. ECONOMÍA DEL TURISMO

Tema 2. Turismo y Economía

1. Introducción
2. Producción: el PIB turístico y la Cuenta Satélite del Turismo de España
3. El empleo turístico
4. La balanza de pagos
5. Efectos económicos del turismo

Tema 3. La Demanda Turística

1. Introducción
2. Factores determinantes de la demanda turística
3. Estacionalidad de la demanda: causas, efectos y estrategias de desestacionalización
4. Evolución de la demanda turística
 - 4.1. La demanda turística mundial
 - 4.2. La demanda turística española
5. Tendencias actuales y de futuro

Tema 4. La Oferta Turística

1. La función de oferta turística
2. Tipología de la oferta turística
3. Evolución de la oferta turística internacional y española
4. La oferta turística en Castilla y León

PARTE III. EL TEJIDO EMPRESARIAL

Tema 5. Agencias de Viaje

1. Definición, clasificación y funciones
2. Sistemas de integración entre agencias de viaje y tour operadores
3. El sector de las agencias de viaje en España
4. Tendencias actuales y de futuro

Tema 6. El Sector de Alojamientos

1. Modalidades de alojamiento
2. Estructura de gestión de los hoteles
3. El sector hotelero en España
4. Tendencias actuales y de futuro

Tema 7. El Transporte Aéreo

1. Evolución histórica del transporte aéreo
2. El transporte aéreo en España
3. Tendencias actuales y de futuro

PARTE IV. TENDENCIAS Y RETOS EN EL TURISMO ACTUAL

Tema 8. Seminario de actualidad turística a determinar

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

La metodología general de esta asignatura coordinará la exposición teórica del profesor con la realización de una serie de actividades formativas dentro y fuera del aula encaminadas a desarrollar un aprendizaje activo y significativo. Se maximizará el papel del estudiante en el proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo que la reflexión, el debate, la búsqueda de información y el trabajo individual y grupal dentro y fuera del aula cobran gran protagonismo. Los métodos que se utilizarán son los siguientes:

- Lección magistral participativa. Exposición ordenada, sistemática y completa del contenido sustancial del tema objeto de estudio. Los estudiantes tienen la oportunidad de preguntar y/o participar a lo largo de la disertación.
- Estudio del caso. Análisis intensivo y completo de un hecho, problema o suceso con la intención de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar y/o completar conocimientos. El caso no proporciona soluciones sino datos concretos para reflexionar, analizar y discutir en grupo. Entrena al estudiante en el trabajo colaborativo y en la toma de decisiones.
- Aprendizaje cooperativo. Enfoque interactivo de organización del trabajo en el aula en el que los estudiantes son responsables de su aprendizaje y del de sus compañeros en una estrategia de corresponsabilidad para alcanzar metas e incentivos de grupo. Los estudiantes intercambian información y trabajo para resolver los interrogantes y problemas planteados a través de la colaboración de todos.
- Método de proyectos. Método de enseñanza aprendizaje en el que los estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto en un tiempo determinado para resolver un problema o para abordar una tarea mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades, y todo ello a partir del desarrollo y aplicación de aprendizajes adquiridos y el uso efectivo de recursos. Es un método muy adecuado para el desarrollo de competencias, tanto específicas como genéricas de tipo sistémico o instrumental. Integra la teoría-práctica con un enfoque interdisciplinar muy adecuado en el sector turístico.
- Otros métodos. Tutorías (personal, grupal y virtual), lectura de textos, debates, visitas, charlas, jornadas, estudio individual, etc.

Criterios y sistemas de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA. El alumno podrá elegir entre dos sistemas de evaluación:

OPCIÓN A.

- Prueba escrita (examen): 70% de la nota.

- Evaluación continua (trabajos, prácticas, participación): 30% de la nota.

Para que se tenga en cuenta la evaluación continua hay que tener un 4 sobre 10 en el examen (40% de la nota).

OPCIÓN B. La evaluación estará formada por la prueba escrita (examen) que contará el 100% de la nota.

IMPORTANTE: los alumnos deben comunicar en persona a la profesora, antes de la fecha señalada en la Guía Docente de la asignatura, el sistema de evaluación por el que se va a optar. De no hacerlo, se entenderá que eligen la Opción B (examen).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA. La calificación de la convocatoria corresponde íntegramente a los resultados de la prueba escrita (examen).

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Los principales recursos de aprendizaje y apoyo tutorial son los siguientes:

- Aula equipada con las tecnologías necesarias para impartir la asignatura, trabajar y llevar a cabo el aprendizaje autónomo.
- Despacho del profesor para las tutorías presenciales.

- Biblioteca del Campus de Segovia y recursos bibliográficos on-line de la UVa.
- Plataforma de enseñanza Moodle (Campus Virtual de la UVa).

Al principio de cada tema se entregará un dossier de información básica, actualizado cada año, absolutamente necesario para poder trabajar cada uno de los temas y superar la asignatura. El dossier de información se encontrará a disposición de los estudiantes en el Campus Virtual (Moodle).

LOS MATERIALES SIEMPRE DEBEN SER LLEVADOS A CLASE, JUNTO CON UNA CALCULADORA.

Calendario y horario

La asignatura se imparte en el primer cuatrimestre con el siguiente horario:

Martes: 13-15.

Jueves: 9-11.

NOTA IMPORTANTE: Cuando haya desdoble de prácticas, los alumnos de Turismo tendrán clase los martes de 9 a 11 (pero no de 13 a 15) y los alumnos de Publicidad tendrán clase de 13 a 15.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES

PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES

NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas

40

Estudio autónomo e individual

65

Clases prácticas

15

Preparación y elaboración de trabajo

23

Otras actividades

5

Tutorías no presenciales

2

TOTAL

60

TOTAL

90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

María Devesa Fernández

Departamento de Economía Aplicada

Fac. CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Universidad de Valladolid

E-mail: mdevesa@eco.uva.es

Tutorías:

Despacho T-106. Campus María Zambrano. Plaza de la Universidad, 1. 40005 Segovia.

Horario de tutorías:

Consulta página web

NOTA IMPORTANTE: Los alumnos que quieran ponerse en contacto con la profesora a través del correo electrónico, deberán hacerlo exclusivamente a través del CORREO OFICIAL de la universidad (aquel con terminación alumnos.uva.es). No se atenderá a otro tipo de correos electrónicos (gmail, yahoo...)

Idioma en que se imparte

Español