

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Asignatura	ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS		
Materia	Economía		
Módulo	Fundamentos y dimensiones del turismo		
Titulación	Plan de Estudios Conjunto de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y de Grado en Turismo		
Plan	550	Código	42791
Periodo de impartición	Primer Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Formación Básica
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	Segundo
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	María Devesa Fernández		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Despacho T-106. Campus María Zambrano. Universidad de Valladolid. Plaza de la Universidad, 1. 40005 Segovia. E-mail: mdevesa@eco.uva.es ** <i>** Los alumnos que quieran ponerse en contacto con la profesora a través del correo electrónico, deberán hacerlo <u>exclusivamente</u> a través del correo oficial de la universidad (aquel con terminación alumnos.uva.es). No se atenderá a otro tipo de correos (gmail, yahoo...)</i>		
Horario de tutorías	Consultar Página Web		
Departamento	Economía Aplicada		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

El turismo es un fenómeno complejo e interdisciplinar pero destaca, especialmente, por su importante dimensión económica. La asignatura *Estructura económica de los mercados turísticos* pretende 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.

Así, por una parte se profundizará en la economía del sector turístico, como continuación de la asignatura *Economía Aplicada al Turismo*. En ese sentido se analizará la dimensión macroeconómica del turismo y se profundizará en el funcionamiento de los mercados turísticos en la realidad: la oferta y la demanda de turismo. Por otra parte, se abordará el análisis del tejido empresarial, es decir, de los principales mercados y sectores de actividad turística, para determinar así el tipo de estructura de mercado que conforman; concretamente, el sector de la intermediación, el sector hotelero y el sector del transporte aéreo. Finalmente, se estudiarán las principales tendencias y retos del sector turístico, haciendo especial referencia al caso español y a la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura Estructura económica de los mercados turísticos forma parte del Módulo de Fundamentos del Turismo. Tiene, por tanto, un carácter fundamental dentro del grado en Turismo así como complementario al resto de las asignaturas del módulo, las cuales pretenden en conjunto poner de relieve la realidad diversa y compleja del fenómeno turístico: su dimensión espacial, social, cultural, política, jurídica y económica.

Está especialmente vinculada a otras asignaturas del área de conocimiento de Economía Aplicada, como Economía Aplicada al Turismo, Estadística Aplicada al Turismo y Política Económica Turística.

1.3 Prerrequisitos

Es conveniente haber cursado la asignatura Economía Aplicada al Turismo.



2. Competencias

La asignatura *Estructura económica de los mercados turísticos* contribuye a desarrollar dos tipos de competencias. Por una parte, Competencias Transversales o Genéricas, comunes a cualquier titulación universitaria, y que pueden ser a su vez instrumentales (herramientas para el aprendizaje y la 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.

2.1 Generales

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.

2.2 Específicas

- 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.



3. Objetivos

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 los siguientes resultados de aprendizaje:

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 de actividad turística.
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.





4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	40	Estudio y trabajo autónomo individual	65
Clases prácticas de aula (A)	15	Trabajos y prácticas	23
Laboratorios (L)		Tutorías no presenciales	2
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios (S)			
Tutorías grupales (TG)			
Evaluación			
Otras actividades	5		
Total presencial	60	Total no presencial	90





5. Bloques temáticos¹

Bloque 1: ASIGNATURA EN SU CONJUNTO

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

El turismo es un fenómeno complejo e interdisciplinar pero destaca, especialmente, por su importante dimensión económica. La asignatura *Estructura económica de los mercados turísticos* pretende 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 Economía Aplicada al Turismo. Se abordará, por otra parte, el análisis del tejido empresarial, es decir, de los principales mercados y sectores de actividad turística (agencias de viaje, sector hotelero, transporte de pasajeros) para determinar así el tipo de estructura de mercado que conforman. Y se estudiarán, finalmente, las principales tendencias y retos del sector turístico, haciendo siempre especial referencia al caso español y a la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

b. Objetivos de aprendizaje

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.

c. Contenidos

PARTE I. INTRODUCCIÓN

Tema 1. Turismo: concepto y definiciones

- 1.1. Definición de turismo
- 1.2. Concepto y características del mercado turístico
- 1.3. La relación del turismo con otras áreas de conocimiento
- 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 la Cuenta Satélite del Turismo de España
- 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
- 3.2. Factores determinantes de la demanda turística
- 3.3. Estacionalidad de la demanda: causas efectos y estrategias de desestacionalización
- 3.4. Evolución de la demanda turística
 - 3.3.1. La demanda turística mundial
 - 3.3.2. La demanda turística española

¹ **Añada tantas páginas como bloques temáticos considere realizar.**



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. EL TEJIDO EMPRESARIAL

Tema 5. Agencias de Viaje

- 5.1. Definición, clasificación y funciones
- 5.2. Sistemas de integración entre agencias de viaje y tour operadores
- 5.3. El sector de las agencias de viaje en España
- 5.4. Tendencias actuales y de futuro

Tema 6. El Sector de Alojamientos

- 6.1. Clasificación de la industria del alojamiento
- 6.2. Modalidades en la gestión y operación hotelera
- 6.3. El sector hotelero en España
- 6.4. Tendencias actuales y de futuro

Tema 7. El Transporte Aéreo

- 7.1. Evolución histórica del transporte aéreo
- 7.2. El transporte aéreo en España
- 7.3. Tendencias actuales y de futuro

PARTE IV. TENDENCIAS Y RETOS EN EL TURISMO ACTUAL

Tema 8. Seminario de actualidad turística a determinar

d. 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.

e. Plan de trabajo

El EEES exige un aprendizaje activo, autónomo y responsable del estudiante. Por ello, junto a las clases teórico-prácticas, habrá una serie de clases de prácticas en las que se pretende aplicar los conocimientos a situaciones concretas y adquirir habilidades básicas relacionadas con la materia objeto de estudio. Estas clases prácticas serán variadas y entre las actividades que se desarrollarán podemos señalar: análisis de datos, búsqueda de información, exposición de trabajos, lecturas y debates, seminarios, etc.

Dos actividades complementan el plan de trabajo de la asignatura: las tutorías, y el estudio y trabajo individual.

f. Evaluación

En la CONVOCATORIA ORDINARIA el alumno podrá elegir entre dos sistemas de evaluación:

OPCIÓN A:

- Prueba escrita: examen. Supone el 80% de la nota final.
- Evaluación continua*: trabajos, prácticas y participación de los estudiantes a lo largo del curso. Supone el 20% de la nota final.

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

OPCIÓN B. Examen (100% de la nota).

IMPORTANTE: Los alumnos deben **comunicar en persona a la profesora antes del martes 2 de octubre de 2018 el sistema de evaluación por el que va a optar**. De no señalar ninguna opción, se entenderá que se elige la opción B (examen).

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

g. Bibliografía básica

- MADAGÁN DÍAZ, M. y RIVAS GARCÍA, J.: *Estructura, Economía y Política Turística*. Septem Ediciones, Oviedo, 2012.
- MONTANER MONTEJANO J.: *Estructura del mercado turístico*. Editorial Síntesis, Barcelona, 1996.
- PULIDO, J.I. y SÁEZ, A. (coords.): *Estructura general del mercado turístico*. Editorial Síntesis, Madrid, 2011.
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. y CÁRDENAS GARCÍA, P.J. (coords.): *Estructura económica de los mercados turísticos*. Editorial Síntesis, Madrid, 2013.
- RIVAS GARCÍA, J.: *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Septem Ediciones, Oviedo, 2007.
- SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I.: *Estructura económica del turismo*. Editorial Síntesis, Madrid, 2006.
- VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E. *Introducción al Turismo. Análisis y Estructura*. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2018.

h. Bibliografía complementaria

General

- ARANDA HIPÓLITO, A.W., DELGADO ESTIRADO, L.M. y DE JUAN ALONSO, J.M. (coords.): *Turismo: una visión global*. Editorial Aranzadi, Madrid, 2010.



- COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. y WANHILL, S.: *El turismo. Teoría y práctica*. Editorial Síntesis, Madrid, 2007.
- LÓPEZ MARTÍNEZ, J.H.: *La estructura económica de los mercados turísticos*. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2013.
- MORENO GARRIDO, A.: *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Editorial Síntesis, Madrid, 2007.
- RODRIGUEZ ANTÓN, J.M. y ALONSO ALMEIDA, M.: (coords.): *Nuevas tendencias en el Sector Turismo: un enfoque multidisciplinar*. Delta Publicaciones, Madrid, 2009.
- VV.AA.: El turismo en España. *Papeles de Economía Española*, nº 128, 2011.

Parte I. Introducción

- LICKORISH, L.J. y JENKINS, C.L.: *Una Introducción al Turismo*. Editorial Síntesis, Madrid, 1997.
- SANCHO, A. (dir.): *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1998.

Parte II. Economía del Turismo

- BULL, A.: *La Economía del Sector Turístico*. Alianza Editorial, Madrid, 1991.
- CASTEJÓN MONTIJANO, R. y MÉNDEZ PÉREZ, E. (Coords.): *Introducción a la Economía para Turismo*. Pearson Educación, Madrid, 2009.
- IRANZO, J.E. y otros: *La estructura económica de los mercados turísticos*. Instituto de Estudios Turísticos, Madrid, 2003.
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (dir.): *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Editorial Cívitas, Madrid, 1996.
- VELLAS, F.: *Economía y Política del turismo internacional*. Editorial Síntesis, Madrid, 2004.

Parte III. El tejido empresarial

- ALÉN GONZÁLEZ, E. y CALERO GARCÍA, F. (Directores). *La actividad turística española en 2016. Edición de 2017*. Editorial Síntesis, Madrid, 2017.
- BLANQUER, D. (Dir.): *Turismo. Congreso Universidad Empresa*. Tirant Lo Blanch, Valencia, varios años.
- URIEL, E. y MONFORT, V.M. (dir.): *El Sector Turístico en España*. Caja de Ahorros del Mediterráneo, Alicante, 2001.

Parte IV. Seminario de actualidad turística

- Referencias bibliográficas a determinar.

Otros materiales y fuentes de información:

Junto con los recursos bibliográficos señalados se utilizará información proveniente de numerosas instituciones y organismos -públicos y privados- relacionados con el turismo, tanto nacionales como internacionales. Entre ellos podemos señalar la OMT, el IET, Exceltur, WTTC, Junta de Castilla y León, AECIT, etc.

También se trabajará con artículos de prensa general y económica, así como con artículos de revistas especializadas, tanto académicas como profesionales, como Hosteltur, Amadeus, Revista de Estudios Turísticos, Cuadernos de Turismo, etc.

i. Recursos necesarios

A lo largo del cuatrimestre se entregarán una serie de dossiers de información con datos, artículos, ejercicios y lecturas de interés para cada uno de los temas que podrán ser descargados del Campus Virtual de la asignatura (Moodle).

Es imprescindible acudir a clase con los dossiers de información y con una calculadora.

6. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Parte I. Introducción	0,4	1 semana
Parte II. Economía del turismo	3,2	8 semanas
Parte III. El tejido empresarial	1,6	4 semanas
Parte IV. Tendencias y retos del turismo actual	0,8	2 semanas

7. Tabla resumen de los instrumentos, procedimientos y sistemas de evaluación/calificación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO (Convocatoria Ordinaria)	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
OPCIÓN A*		
Prueba escrita (examen)	80%	Es necesario obtener un 4 sobre 10 en el examen (40% de la nota) para que se tenga en cuenta la nota de la evaluación continua
Evaluación continua (trabajos y prácticas y participación)	20%	
OPCIÓN B*		
Prueba escrita (examen)	100%	

(*) Los alumnos deben comunicar a la profesora en persona antes del martes 2 de octubre de 2018 el sistema por el que van a optar. De no hacerlo, se entenderá que se elige la Opción B (examen).

En la **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA** de febrero, la calificación de la convocatoria corresponde íntegramente a los resultados del aprendizaje de la prueba escrita (examen).

8. Consideraciones finales

ORTOGRAFÍA

En las pruebas de evaluación y en todas las actividades de la asignatura se tendrá en cuenta la corrección en la expresión escrita, y en concreto, en la ortografía, de tal manera que la incorrección en estos aspectos podrá suponer la no superación de la asignatura.

ADVERTENCIA SOBRE PLAGIOS

Los responsables de la asignatura no tolerarán ningún caso de plagio o copia en los trabajos y prácticas realizados por el alumno. En caso de detectarse este tipo de prácticas se procederá a suspender la asignatura, tal y como establece el Artículo 44 del *Reglamento de Ordenación Académica* de la Universidad de Valladolid.