



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Se debe indicar de forma fiel cómo va a ser desarrollada la docencia. Esta guía debe ser elaborada teniendo en cuenta a todos los profesores de la asignatura. Conocidos los espacios y profesorado disponible, se debe buscar la máxima presencialidad posible del estudiante siempre respetando las capacidades de los espacios asignados por el centro y justificando cualquier adaptación que se realice respecto a la memoria de verificación. Si la docencia de alguna asignatura fuese en parte online, deben respetarse los horarios tanto de clase como de tutorías). La planificación académica podrá sufrir modificaciones de acuerdo con la actualización de las condiciones sanitarias.

Asignatura	ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS		
Materia	Economía		
Módulo	Fundamentos y dimensiones del turismo		
Titulación	Grado en Turismo Programa de Estudios Conjunto de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y de Grado en Turismo		
Plan	453 550	Código	42791
Periodo de impartición	Tercer Semestre	Tipo/Carácter	Formación Básica
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	Segundo
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Mafalda Gómez Vega		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Mafalda Gómez Vega: Despacho 304. Campus María Zambrano. Email: mafalda.gomez@uva.es		
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 Modulo 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. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: ASIGNATURA EN SU CONJUNTO

Carga de trabajo en créditos ECTS: 6

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. El PIB turístico

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

3.4. 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 de 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 sector del transporte aéreo en España

7.3. Tendencias actuales y de futuro

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, en las que se expondrán los aspectos más teóricos, 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.

Tres actividades complementan el plan de trabajo de la asignatura: las tutorías, el estudio y trabajo individual y la evaluación del conocimiento.

En el curso 2020-2021, inmerso en la incertidumbre que supone la crisis sanitaria que estamos viviendo derivada de la Covid-19, el plan de trabajo será diferente respecto a años anteriores desde un punto de vista práctico o aplicado, pero responde a la misma filosofía teórica anteriormente señalada. Es decir, la dinámica de trabajo deberá ser diferente pero el objetivo y principios teóricos son los mismos. Para un mayor detalle revítese el Apartado 5 "Métodos docentes y principios metodológicos" de esta Guía Docente.

f. Evaluación

Se realizará una evaluación continua (en sucesivos momentos del proceso de enseñanza aprendizaje) y formativa (capaz de aportar información al alumnado sobre su propio proceso de aprendizaje). Así, se evaluará la adquisición tanto de competencias específicas (conocimientos) como de competencias transversales (habilidades) a través de los instrumentos y procedimientos detallados en el Apartado 7 de esta Guía ("Sistema y características de la evaluación")

g Material docente

Es fundamental que las referencias suministradas este curso estén actualizadas y sean completas. Los profesores tienen acceso, a la plataforma Leganto de la Biblioteca para actualizar su bibliografía recomendada ("Listas de Lecturas"). Si ya lo han hecho, pueden poner tanto en la guía docente como en el Campus Virtual el enlace permanente a Leganto.

g.1 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.

g.2 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, 2000.
 - SANCHO, A. (dir.): Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1998.
- Parte II. Economía del Turismo
- AGUILÓ PÉREZ, E. y ANTÓN CLAVÉ, S. (Coords.): 20 retos para el turismo en España. Editorial Pirámide, Madrid, 2015.
 - 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
- FRAIZ BREA, J.A. y ARAÚJO VILA, N. (Dirs). La actividad turística española en 2018. Edición de 2019. Editorial Síntesis, Madrid, 2019.
 - 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.

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.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Entre las páginas web de interés para la asignatura podemos señalar las siguientes:

Organización Mundial del Turismo <http://unwto.org>

World Travel & Tourism Council www.wttc.org

Ministerio de Industria, Energía y Turismo www.minetur.gob.es

Instituto de Estudios Turísticos: www.iet.tourspain.es

Turespaña www.tourspain.es

Junta de Castilla y León: www.jcyl.es

Exceltur: www.exceltur.org

h. 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 (bien en el aula o bien si se sigue en streaming) con los dossiers de información y con una calculadora.

i. Temporalización



CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Parte I. Introducción	2 semana
Parte II. Economía del turismo	8 semanas
Parte III. El tejido empresarial	5 semanas

5. Métodos docentes y principios metodológicos

La Universidad de Valladolid, en su documento “Metodología Docente para el Curso 2020-2021” deja constancia de que su objetivo es retomar la enseñanza presencial, si bien con las medidas de seguridad y salud que nos acompañarán durante largo tiempo. Por ello, salvo algunas excepciones (titulaciones con muy pocos estudiantes, asignaturas optativas, desdobles de prácticas...) todo hacer pensar que vamos a un escenario BIMODAL, intermedio entre el de docencia presencial y docencia online, y sólo en caso de confinamiento de la población se volverá a la docencia totalmente online, para la que se realiza la Adenda anexa a esta Guía Docente.

Las distintas opciones de bimodalidad planteadas por la UVa van a depender de la situación real una vez iniciado el curso (número de alumnos matriculados, tipo de asignatura, tamaño del aula asignada...) y de los recursos e infraestructuras del Campus María Zambrano y de la Facultad de CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, siendo por tanto ajenas al profesor.

En este contexto, la propuesta de esta asignatura es un sistema BIMODAL (parte presencial, parte no presencial) de “Retransmisión síncrona por videoconferencia”. Es decir, en el aula habrá el número de estudiantes permitido y compatible con los criterios de seguridad marcados por el Ministerio de Universidades, la Junta de Castilla y León y la Universidad de Valladolid, y la clase se retransmitirá de manera síncrona por videoconferencia al resto de estudiantes matriculados (clases en streaming). Para garantizar la igualdad de condiciones, uno y otro grupo de estudiantes deberán intercambiar periódicamente sus roles (ver el documento “Metodología Docente para el Curso 2020-2021” de la UVa).

Si no fuese posible este sistema, el profesor optaría por los sistemas alternativos de bimodalidad citados en el documento de la UVa:

- “Modelo de docencia inversa” (fundamentalmente para las clases prácticas, pero también para las teóricas)
- “Docencia realizada parcialmente a través de videoconferencia” (fundamentalmente para las clases teóricas, aunque puede ser útil también para las prácticas).

En el caso de los desdobles de prácticas de la asignatura, es de esperar que se puedan desarrollar con Presencialidad Segura, al tratarse de grupos más pequeños. Siempre que sea posible así se hará.

En cualquier caso, el profesor aportará aquellos materiales necesarios para el seguimiento de la asignatura a través del Campus Virtual (Moodle); proporcionará referencias bibliográficas, artículos, informes, páginas web, etc. útiles para la adquisición de los conocimientos; diseñará recursos y actividades en Moodle para el desarrollo de las prácticas; utilizará las plataformas de videoconferencia autorizadas por la UVa para las clases; y realizará las tutorías establecidas –individuales y grupales– para garantizar el aprendizaje.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas	40	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Clases prácticas de aula	15	Trabajos y prácticas	25
Otras actividades	5	Tutorías no presenciales	5
Total presencial	60	Total no presencial	90
TOTAL presencial + no presencial			150

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor.

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Evaluación continua (trabajos y practicas)	40%	Es necesario presentar todas las prácticas para aprobar la asignatura.
Examen	60%	Es necesario tener un 4 sobre 10 en el examen (40% de la nota) para que se tenga en cuenta la nota de la evaluación continua.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - En la convocatoria ordinaria el 40% de la nota corresponderá a la evaluación continua (prácticas) y el 60% al examen. Para que sumen las notas de las prácticas es necesario sacar un mínimo de 4 sobre 10 (40% de la nota) en el examen. Para aprobar la asignatura es necesario presentar todas las prácticas. El estudiante que decida no acogerse a este sistema de evaluación deberá hacer un examen único en la convocatoria correspondiente que supondrá el 100% de la nota.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Mismos criterios que en la convocatoria ordinaria

8. Consideraciones finales