



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA

20 años
de educación,
amor y servicio

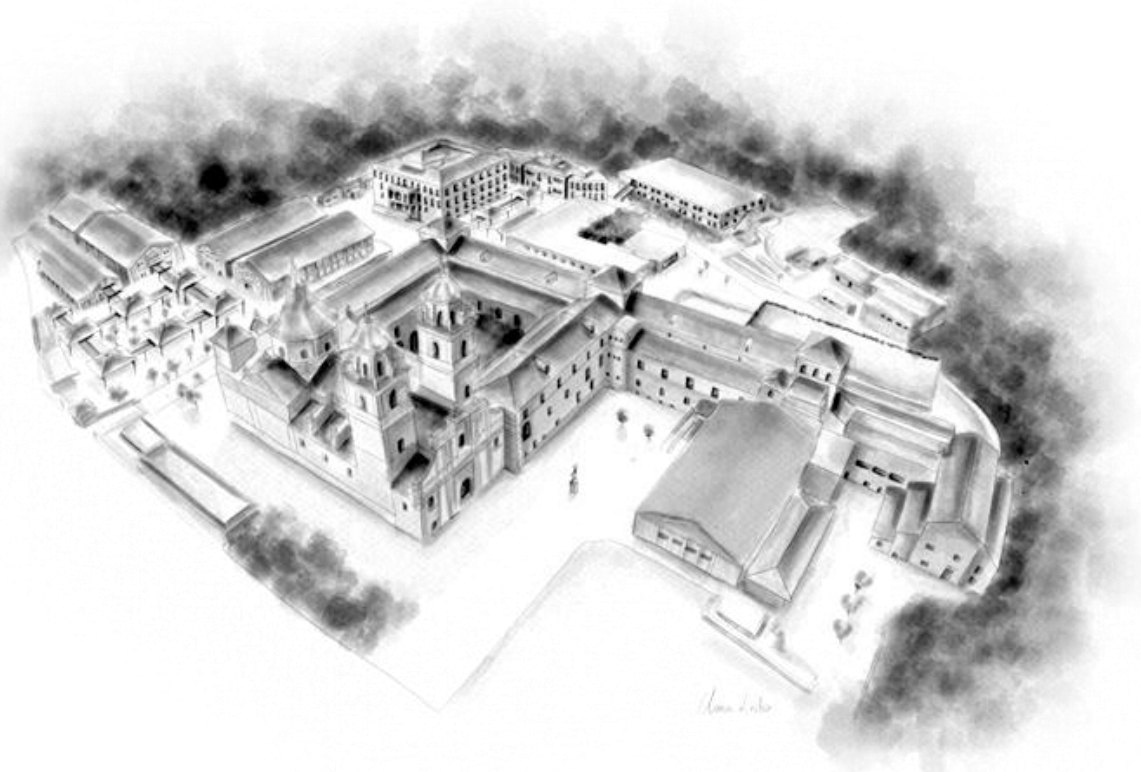
Guía Docente 2017/2018

Estructura de mercados turísticos

Tourism Market Structure

Grado en Turismo

Modalidad de enseñanza presencial



Índice

Estructura de Mercados Turísticos.....	4
Breve descripción de la asignatura	4
Requisitos Previos	5
Objetivos de la asignatura	5
Competencias	5
Metodología	8
Temario.....	8
Relación con otras asignaturas del plan de estudios	10
Sistema de evaluación	10
Bibliografía y fuentes de referencia	11
Web relacionadas	12
Recomendaciones para el estudio.....	12
Materiales didácticos	12
Tutorías	13

Estructura de mercados turísticos

Estructura de Mercados Turísticos

Módulo: **Recursos y destinos turísticos**

Materia: **Recursos y productos turísticos**

Carácter: **Formación básica**

Nº de créditos: **6 ECTS**

Unidad Temporal: **1^{er} curso - 1^{er} cuatrimestre**

Profesor/a responsable de la asignatura: **M^a Dolores Gil Quiles**

Email: mdgil@ucam.edu

Horario de atención a los alumnos/as: **miércoles de 17:00 h a 19:00 h**

Profesor/a coordinador de módulo, materia o curso: **M^a Dolores Gil Quiles**

Breve descripción de la asignatura

Esta asignatura engloba las definiciones, relaciones e implicaciones básicas del sector turístico en general, y sirve de base conceptual para poder seguir con éxito el resto de materias del grado. Se analiza el turismo desde el punto de vista económico, social, cultural, político, y geográfico, y siempre desde una perspectiva de sostenibilidad.

Se presenta el turismo como una actividad económica de gran relevancia a nivel mundial y se estudian los aspectos sobre los que se estructura dicha actividad: los agentes que intervienen, la planificación del territorio, la gestión de los recursos turísticos y la sostenibilidad social, económica y medioambiental. Se contempla desde un punto de vista transversal, en especial las relaciones del sector con su entorno, las conductas del turista y las interrelaciones en el destino.

Brief Description

This course deals with definitions, relations and basic implications of the tourism sector in general, and it provides a conceptual basis that will enable students to cope with the other subjects in the degree programmer. The economic, social, cultural, political, and geographic aspects of tourism are analyzed, and sustainability will always be central to the analysis.

Tourism is viewed as a global economic activity, and the major aspects of the industry will be discussed: agents involved town planning, management of tourist resources, and social, economic and environmental sustainability. Discussion will extend to other issues, such as connections with other economic sectors, tourist behavior, and modes of interaction at tourist destinations.

Requisitos Previos

Con el fin de maximizar los resultados del aprendizaje de esta materia, el alumno debería contar con conocimientos previos de geografía física y humana

Objetivos de la asignatura

1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
2. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
3. Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas.
4. Reconocer los principales agentes turísticos.
5. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y subsectores empresariales en el ámbito mundial.
6. Analizar los impactos generados por la actividad turística

Competencias

Competencias transversales

- T1. Capacidad de análisis y síntesis.
- T6. Capacidad de gestión de la información.
- T7. Resolución de problemas.
- T11. Trabajo en un contexto internacional.
- T13. Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad.
- T15. Compromiso ético.
- T17. Adaptación a nuevas situaciones.
- T20. Conocimiento de otras culturas y costumbres.
- T23. Sensibilidad hacia temas medioambientales.
- T24. Capacidad de reflexión.
- UCAM3. Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo.
- UCAM7. Desarrollar habilidades de iniciación a la investigación.

Estructura de mercados turísticos

Competencias específicas

- E1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- E2. Analizar la dimensión económica del turismo.
- E3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- E4. Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas.
- E5. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- E7. Reconocer los principales agentes turísticos.
- E18. Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
- E24. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- E30. Analizar los impactos generados por la actividad turística

Resultados de aprendizaje

- Comprender, analizar y sintetizar los diversos contenidos del ámbito del turismo.
- Organizar y saber utilizar la información procedente de diferentes contextos.
- Adquirir las habilidades necesarias para la resolución de los diversos problemas.
- Desarrollar su propia labor profesional en un entorno globalizado.
- Valorar la pluralidad y el enriquecimiento que supone el contacto con otras culturas.
- Reconocer y defender los derechos fundamentales de cualquier individuo.
- Ajustar su comportamiento a los cambios y exigencias que plantean nuevas situaciones.
- Reconocer y valorar las aportaciones de las diferentes culturas a la construcción de una sociedad plural.
- Comprender el valor del respeto y cuidado del medio ambiente y, por consiguiente, desarrollar acciones de protección y defensa del mismo.
- Pensar de forma razonada y crítica acerca de cuestiones relacionadas con el ámbito de la planificación turística.
- Adquirir un compromiso ético en la construcción de una sociedad democrática y plural.
- Emprender acciones que fomenten el interés y la motivación por la investigación.
- Conocer los conceptos básicos del turismo, sus dimensiones y sus interrelaciones.
- Estudiar las tendencias turísticas y los factores de inestabilidad en el turismo.
- Conocer los principios generales de la sostenibilidad turística.

Estructura de mercados turísticos

- Conocer el papel del turismo en la estructura económica a diferentes escalas.
- Conocer las diferentes estructuras de los mercados turísticos y su funcionamiento.
- Valorar la dimensión económica del turismo a diferentes escalas y analizar la interrelación entre ellas.
- Saber abordar el turismo desde una perspectiva histórica hasta el momento actual.
- Conocer los cambios que se experimentan en los procesos de desarrollo turístico.
- Saber entender el turismo como motor de desarrollo de las sociedades humanas.
- Conocer las administraciones públicas competentes en materia turística.
- Conocer la importancia de la investigación en turismo.
- Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes del sector turístico así como la necesidad de competir y cooperar entre ellos.
- Identificar qué actor puede resolver las cuestiones surgidas en el ejercicio de la actividad.
- Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos, su valoración y sus factores condicionantes.
- Conocer los condicionantes que deben imponerse para el desarrollo sostenible del turismo.
- Interpretar la información existente respecto a un destino turístico.
- Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial.
- Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.
- Conocer la evolución de los principios destinos turísticos internacionales.
- Conocer los impactos producidos por la actividad turística

Metodología

Metodología	Horas	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo no presencial
Clases Magistrales	42	60 (40 %)	
Prácticas	9		
Tutorías	6		
Evaluación	3		
Estudio personal	45	90 (60 %)	
Realización de trabajos	27		
Preparación de clases prácticas	13,5		
Búsquedas bibliográficas	4,5		
TOTAL	150	60	90

Temario

Programa de la enseñanza teórica

Unidad didáctica I: Introducción al fenómeno turístico

Tema 1. Conceptos básicos

- 1.1. El concepto de turismo
- 1.2. Definiciones relacionadas con el turismo
- 1.3. Desarrollo turístico sostenible
- 1.4. El turismo. Una disciplina multidisciplinar y transversal

Tema 2. El turismo desde una perspectiva histórica

- 2.1. Antes del siglo XX
- 2.2. El siglo XX
- 2.3. La historia del turismo en España
- 2.4. La imagen del turismo español a lo largo de la historia

Unidad didáctica 2: Planificación turística

Tema 3. Planificación turística y ordenación territorial

Estructura de mercados turísticos

3.1. La planificación turística

3.2. El plan de desarrollo turístico (PDT)

3.3. Algunas definiciones

3.4. Organización institucional del turismo

Unidad didáctica 3: El turismo y la economía

Tema 4. El turismo como actividad económica

4.1. El proceso productivo turístico

4.2. Características del producto turístico

4.3. Efectos económicos del turismo

4.4. La balanza de pagos

Tema 5. La demanda turística

5.1. Cálculo de la demanda turística

5.2. La demanda turística en España. Turismo receptor

5.2.1. Cuantitativamente ¿Cuántos son?

5.2.2. Cualitativamente ¿Cómo son?

5.3. La demanda turística en España. Turismo nacional

5.3.1. Turismo interior

5.3.2. Turismo emisor

5.4. Factores que condicionan la demanda turística

5.5. La estacionalidad de la demanda

5.6. Cambios de tendencias en la demanda turística

Tema 6. La oferta turística

6.1. La oferta turística

6.2. Oferta de servicios

6.2.1. Servicios de intermediación

6.2.2. Servicios de alojamientos

6.2.3. Restauración

6.2.4. Servicios de transporte

6.2.5. Otros servicios

6.3. Los nuevos modelos de negocio en la oferta turística

6.4. La oferta de servicios turísticos

6.4.1. Turismo de negocios

6.4.2. Turismo cultural

6.4.3. Turismo de sol y playa

Estructura de mercados turísticos

6.4.4. Turismo de naturaleza

6.4.5. Otras formas de turismo

Unidad didáctica 4: estructura del mercado turístico

Tema 7. Estructura del mercado turístico mundial

7.1. Estructura del mercado turístico internacional

7.2. Estructura del mercado turístico nacional

7.3. Estructura del mercado turístico regional

Relación con otras asignaturas del plan de estudios

Los contenidos de esta asignatura se relacionan directamente con los de las siguientes asignaturas del plan de estudios:

Geografía de los recursos y los destinos turísticos

Fundamentos de Economía

Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles

Turismo y cooperación al desarrollo local

Consultoría e investigación turística

Gestión pública de destinos turísticos

Gestión de turismo activo, ocio y tiempo libre

Trabajo fin de grado

Prácticas

Sistema de evaluación

Convocatoria de Febrero/Junio:

Exámenes: 70%

Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 en esta parte.

Participación del alumno en las actividades formativas: 30%.

La participación del alumno en las diversas actividades formativas que conforman la materia se evaluará a través de:

- Trabajos y casos prácticos individuales y en grupo: 15 %
- Defensa pública de trabajos: 5 %
- Participación en foros de debate: 10%

Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 en esta parte

Estructura de mercados turísticos

El sistema de calificaciones será el que figura en el R.D. 1.125/2003 de 5 de Septiembre: Suspenso: 0-4,9; Aprobado: 5-6,9; Notable: 7-8,9; Sobresaliente: 9-10. La mención de Matrícula de honor será otorgada por el profesor, y en base al expediente, al 5% de los alumnos con calificación de sobresaliente, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se concederá una única Matrícula de Honor.

Convocatoria de Septiembre:

Se seguirán los mismos criterios que en la convocatoria de febrero / junio

Bibliografía y fuentes de referencia

Bibliografía básica

- OMT. (2015). Barómetro del turismo mundial. Editorial OMT. Madrid. (Tema 7. Estructura del mercado turístico mundial)
- Pulido, J.I. y Saez, A (2011). *Estructura general del mercado turístico*. Madrid. Síntesis (Tema 1. Conceptos básicos, Tema 3. Planificación turística y ordenación del territorio)
- Rivas García, J. (2009). *Estructura y economía del mercado turístico*. (7ªed.). Oviedo. Septem ediciones. (Tema 1. Conceptos básicos, Tema 2. El turismo desde una perspectiva histórica, Tema 5. La demanda turística)
- Saez, A. Martín, P. y Pulido, J. I. (2006). *Estructura económica del turismo*, (1ª ed.). Madrid. Editorial Síntesis. (Tema 4. El turismo y la economía)
- Torres Bernier, E. (2006). *Estructura de mercados turísticos* (1ª ed.). Editorial UOC.(Tema 6. La oferta turística)

Bibliografía complementaria

- Hernández Ruiz, J. A. (2008). *El turismo de masas evolución y perspectivas*. Madrid. Editorial Síntesis.
- Juarez Olmos, L. y García Cebrian, R. (2011), *Estructura del mercado turístico: guía, información y asistencia turística, agencias de viajes y gestión de eventos. Gestión de alojamientos turísticos*. Editorial Thomson Paraninfo
- Moreno Garrido, A. (2007). *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid. Editorial Síntesis.
- Saez, A., Partín P. y Pulido, J.I. (Coords.). (2006). *Estructura económica del turismo*. Madrid. Editorial Síntesis.

Estructura de mercados turísticos

Troitiño Vinuesa, M.A., García Marchante, J.S., García Hernández, M. (2008). *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones? Castilla la Mancha*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Castilla la Mancha

V.V.A.A. *La actividad turística española en 2010*. (2012). Editorial universitaria Ramón Areces.

Web relacionadas

www.murciaturistica.es

Página oficial de la Consejería de Cultura y Turismo de la Región de Murcia

www.tourspain.es

Página oficial de Turespaña

www.ine.es

Instituto Nacional de Estadística

www.unwto.org

Organización Mundial del Turismo

www.hosteltur.com

Diario de actualidad turística

www.nexotur.com

Diario de actualidad turística

www.segittur.es/

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas

Recomendaciones para el estudio

Es recomendable la elaboración de los casos prácticos para aprender a utilizar las herramientas de búsqueda de información de la materia

Materiales didácticos

El desarrollo de la asignatura requiere el uso de programas informáticos de procesadores de texto, hojas de cálculo y realización de presentaciones. También se requiere el uso del campus virtual de la Universidad.

Tutorías

En la tutoría académica se va a trabajar el Decreto nº 359/2009, de 30 de octubre, por el que se establece y regula la respuesta educativa a la diversidad del alumnado en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

La tutoría académica quedará fijada en el horario lectivo del estudiante y al inicio del curso. La tutoría tiene como objetivo la orientación y el asesoramiento del estudiante sobre la realización del trabajo de la asignatura, incluyendo aspectos relacionados con la búsqueda bibliográfica y el diseño de los proyectos, la elaboración de resultados y conclusiones de los temas planteados. La tutoría formará parte de la evaluación del estudiante y es de carácter obligatorio, siendo imprescindible aportar informes del curso del trabajo y entregar las actividades que el profesor sugiera para afianzar o ampliar los contenidos teóricos de la materia.

La Universidad, además, dispone de un Cuerpo Especial de Tutores que realiza tutoría personal con los estudiantes matriculados en el grado. El tutor/a personal acompaña a los estudiantes durante toda la etapa universitaria.