



Escuela Universitaria de Turismo de Cartagena

UPCT



Guía docente de la asignatura:

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

Titulación: GRADUADO EN TURISMO

Curso: 1º

Guía Docente

1. Datos de la asignatura

Nombre		ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO			
Módulo		FUNDAMENTOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO			
Código		503101004			
Titulación		GRADO EN TURISMO			
Plan de estudios		2010			
Centro		ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO CARTAGENA			
Tipo		OBLIGATORIA			
Periodo lectivo		PRIMER CUATRIMESTRE		Curso	PRIMERO
Idioma		CASTELLANO			
ECTS	6	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	150
Horario clases teoría		Lunes: 9,00–11,00 Miércoles: 9,00 – 11,00		Aula	2
Horario clases prácticas		Viernes: 10,00 – 11,00		Lugar	Aula

2. Datos del profesorado

Profesor responsable	José Matías Peñas Castejón
Departamento	Turismo
Área de conocimiento	Geografía Física y Humana
Correo electrónico	Jose.castejon@upct.es
Horario de atención / Tutorías	Viernes: 13.00-14.00 h
Ubicación durante las tutorías	Despacho1-3

Perfil docente e investigador	<p>Docencia durante el período 2010-2013 de las asignaturas: Turismo Sostenible y Medioambiente, Planificación y Ordenación de los Espacios Turísticos.</p> <p>Áreas de investigación:</p> <p>Contaminación de suelos por metales pesados en zonas de minería abandonada.</p> <p>Procesos erosivos actuales. Análisis de riesgos ambientales y salud pública.</p> <p>Planificación física y ordenación del territorio.</p> <p>Cartografía y sistemas de información geográfica.</p>
--------------------------------------	---

3. Descripción de la asignatura

3.1. Presentación

El objetivo general de la asignatura es proporcionar al alumno los conocimientos teóricos necesarios para la comprensión y análisis del turismo desde la óptica de la Economía Aplicada, enmarcándolo como actividad económica de relevancia mundial y considerando la necesidad de un enfoque multidisciplinar, así como entender las relaciones entre los agentes económicos que participan: empresas, destinos, clientes, administraciones públicas y organismos internacionales.

Como asignatura de introducción al estudio del turismo como ciencia, mediante el empleo de diversas fuentes de información se aportan los conocimientos de base y avanzados que permiten al alumno familiarizarse con los conceptos básicos necesarios para establecer las relaciones entre los diferentes factores que influyen e integran la estructura económica del turismo: definiciones, historia, política, flujos turísticos, y analizar la demanda y oferta del mercado turístico, sus componentes, formas de intervención en el mismo, y tendencias a nivel nacional e internacional.

3.2. Ubicación en el plan de estudios

Esta asignatura se destina a los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo, impartándose en el primer cuatrimestre. Su pertenencia al módulo de fundamentos aconseja una ubicación en los primeros cursos. Dado su carácter de presentación y asimilación de conceptos básicos imprescindibles en turismo, así como de los instrumentos de análisis, fuentes de información o principales instituciones turísticas nacionales e internacionales, su ubicación en el primer cuatrimestre es esencial e inevitable.

3.3. Descripción de la asignatura. Adecuación al perfil profesional

Aunque se trata de una asignatura del bloque de fundamentos, en ella se trabajan herramientas útiles en el ejercicio profesional como buscar, manejar e interpretar información sobre la evolución y tendencias en los mercados turísticos. El alumno desarrolla la capacidad de analizar el mercado teniendo en cuenta las interrelaciones que se producen entre sus elementos, un aspecto fundamental en el ejercicio profesional de cara a la toma de decisiones en puestos de responsabilidad.

El alumno adquiere conocimientos instrumentales de dirección y desarrollo de proyectos turísticos, aptitudes para la toma de decisiones fundamentadas y menos intuitivas. La materia permite un conocimiento riguroso de los elementos que condicionan los destinos, genera aptitudes para interpretar y resolver problemas. El conocimiento adquirido facilitará la capacidad para la creación de productos.

3.4.Relación con otras asignaturas. Prerrequisitos y recomendaciones

La asignatura juega un papel protagonista para la adecuada comprensión de las interrelaciones que surgen entre las distintas asignaturas sobre tipologías de empresas turísticas, desarrollo de destinos turísticos, legislación, gestión, e importancia y evolución de la intermediación turística. El carácter multidisciplinar del Turismo exige capacidad para enfrentarse al fenómeno desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista académico como de la práctica. La gestión en el Turismo es un asunto principal y esta materia es la primera a la que el alumno se enfrenta en el Grado y sirve de base para afrontar la preparación del resto de asignaturas. Desde el punto de vista instrumental en especial en la fase de recolección de información y datos, se relaciona con las asignaturas de Estadística Aplicada al turismo, de segundo curso, e Investigación Social del Mercado Turístico, de cuarto curso. Desde el punto de vista conceptual y práctico, permite avanzar en el conocimiento de conceptos, metodologías, realidades y tendencias relacionadas con los mercados turísticos que después de desarrollan en profundidad en otras asignaturas. En este sentido, guarda una estrecha relación con las asignaturas de fundamentos de primer curso, y de gestión y organización de los restantes. Concretamente, con Economía de la Empresa e Introducción a la Economía, de primer curso, Gestión de Entidades de Intermediación, de segundo curso, Dirección de Establecimientos Hoteleros, de cuarto curso, en especial Análisis del Entorno Económico de la Empresa Turística. No existen requisitos mínimos previos pero se recomienda un uso avanzado de Internet y un uso básico de Word, Excel y PowerPoint. Conviene que el estudiante conozca los principios fundamentales de la Teoría Económica y maneje vocabulario económico básico.

4. Competencias

4.1. Competencias específicas de la asignatura

- A. Comprender los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- B. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- C. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
- D. Reconocer los principales agentes turísticos.
- E. Analizar la dimensión económica del turismo.
- I. Analizar los impactos generados por el turismo.
- J. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- M. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- N. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.
- O. Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

4.2. Competencias genéricas / transversales

COMPETENCIAS INSTRUMENTALES

- ☒ G01 Capacidad de análisis y síntesis
- ☒ G02 Capacidad de organización y planificación
- ☒ G03 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- ☐ G04 Conocimiento de una lengua extranjera
- ☐ G05 Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- ☒ G06 Capacidad de gestión de la información
- ☒ G07 Resolución de problemas
- ☐ G08 Toma de decisiones
- ☐ G09 Razonamiento crítico

COMPETENCIAS PERSONALES

- ☒ G10 Trabajo en equipo
- ☐ G11 Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
- ☐ G12 Trabajo en un contexto internacional
- ☒ G13 Habilidades en las relaciones interpersonales
- ☐ G14 Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad
- ☒ G15 Compromiso ético
- ☒ G16 Aprendizaje autónomo
- ☐ G17 Adaptación a nuevas situaciones
- ☐ G18 Tratamiento de conflictos y negociación
- ☒ G19 Sensibilidad hacia temas medioambientales

COMPETENCIAS SISTÉMICAS

- ☐ G20 Creatividad e innovación
- ☐ G21 Liderazgo
- ☐ G22 Iniciativa y espíritu emprendedor
- ☐ G23 Motivación por la calidad

4.3. Objetivos generales / competencias específicas del título

Facilitar el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto del turismo.

Ofrecer una formación básica de carácter superior que permita la especialización técnica y de gestión directiva de empresas e instituciones turísticas.

Plantear unos conocimientos de alto alcance, de carácter universitario que den respuesta a las necesidades de formación superior en relación con cuestiones sociales, humanísticas, científicas y técnicas.

Atender a las necesidades específicas de la titulación acerca del conocimiento de habilidades y técnicas de trabajo en lo referente a planificación turística.

4.4. Resultados esperados del aprendizaje

4.4.1. Interpretar los principios del turismo, su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.

4.4.2. Inferir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.

4.4.3. Reconocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.

4.4.4. Clasificar los principales agentes turísticos.

4.4.5. Explicar la dimensión económica del turismo.

4.4.6. Diferenciar los impactos generados por el turismo.

4.4.7. Describir el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.

4.4.8. Explicar un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.

4.4.9. Formular los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.

4.4.10. Reconocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

5. Contenidos

5.1. Contenidos según el plan de estudios

Conocer los fundamentos de la estructura y organización del sector turístico. Entender el turismo como un conjunto de relaciones. Concienciar sobre las dimensiones específicas del turismo internacional, nacional y regional. Poner de relieve la potencialidad y debilidades del turismo internacional, nacional y regional. Conocer el marco normativo turístico donde se desarrolla la actividad turística pública y privada. Conocimiento de los grandes proyectos turísticos integrados y la distribución espacial del turismo. Relaciones del turismo con la economía y la política.

5.2. Programa de teoría

UNIDAD DIDÁCTICA I: FUNDAMENTOS DEL TURISMO

TEMA 1: Introducción: Conceptos y Definiciones

TEMA 2: Historia del Turismo Mundial

TEMA 3: Evolución del Turismo en España

UNIDAD DIDÁCTICA II: OFERTA TURÍSTICA. LOS AGENTES TURÍSTICOS

TEMA 4: Agentes Turísticos

UNIDAD DIDÁCTICA III: ORGANIZACIÓN DEL TURISMO MUNDIAL

TEMA 5: Principales Instituciones del Turismo

TEMA 6: Organización del Turismo Mundial

TEMA 7: Organización del Turismo en España

UNIDAD DIDÁCTICA IV: SECTOR PÚBLICO, RECURSOS Y MERCADO

TEMA 8: La Administración Turística

TEMA 9: Recursos y Medio Ambiente

TEMA 10: Demanda y Oferta Turísticas

5.3. Programa de prácticas

Obligatoria: realización de un Proyecto de Análisis de Mercado de un Destino o un Producto Turístico: se definirán grupos de trabajo compuestos por 4-5 alumnos. El trabajo incluirá un análisis del entorno general y específico, evaluación del producto turístico y su demanda, política turística e infraestructuras y propuestas innovadoras para el desarrollo del producto. Dicho proyecto deberá irse realizando a medida que se van explicando los temas en clase a lo largo del curso. Los grupos deberán entregar un informe escrito según el documento de formato que se proporcionará, y presentar su proyecto durante la última semana lectiva.

Obligatoria: realización de dos pruebas tipo test de seguimiento y evaluación de los contenidos teóricos de la asignatura.

Casos prácticos, lecturas y debates

6. Metodología docente

6.1. Actividades formativas			
Actividad	Trabajo del profesor	Trabajo del estudiante	ECTS
Clases expositivas	Exposición del contenido teórico de cada tema presentación en PowerPoint y explicación de los aspectos más relevantes. Se usará el aprendizaje cooperativo.	<u>Presencial</u> : Toma de apuntes complementarios a la información expuesta. Planteamiento de dudas .	1,2
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia.	1,6
Clases Teórico-Prácticas	Análisis, diagnóstico y comentarios de la actividad turística en los diversos medios de comunicación escrita y multimedia, exposiciones orales y presentaciones multimedia.	<u>Presencial</u> : Desarrollo de competencias trabajadas.	0,6
		<u>No presencial</u> : Estudio y resolución de las cuestiones planteadas.	0,15
Actividades de Evaluación	Asesoramiento y apoyo para la elaboración de exposición y defensa de un trabajo en grupo enmarcados en los contenidos de las unidades didácticas que integran el programa de teoría y prácticas de las asignatura. Elaboración de cuestionario de examen escrito obligatorio para aprobar la asignatura.	<u>Presencial</u> : Exposición y defensa del trabajo individual.	0,35
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia.	2
Tutorías individualizadas	Seguimiento a título individual sobre cuestiones relativas al aprendizaje. Revisión de exámenes y pruebas prácticas.	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas en tutoría presencial.	0,05
		<u>No presencial</u> : Estudio de los contenidos y planteamiento de dudas en tutoría presencial	0,05
			6

7. Evaluación

7.1. Técnicas de evaluación				
Instrumentos	Realización / criterios	Peso	Competencias genéricas (4.2) evaluadas	Resultados (4.4) evaluados
Participación activa en clase	Evaluación continua de participación activa en clase.	5%	G01,G02,G03, G06, G07, G10, G13, G15,G16,G19	1, 2, 3, 4, 5, 6,7, 8, 9, 10
Exposición y Defensa de Trabajo	Se evaluará el trabajo en grupo realizado por los alumnos en cuanto a reflexión, redacción, presentación y defensa del mismo consistente con la valoración turística de los recursos territoriales de la geografía española.	20%	G01, G02,G03, G06, G10, G13, G15, G16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Participación Proactiva	Para el adecuado cumplimiento de los criterios de evaluación es obligatoria la asistencia a un porcentaje no inferior al 80% de todas las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas, así como de mantener un interés y participación proactiva.	5%	G13, G15,G16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Actividades de Evaluación	Es obligatoria la evaluación positiva en el examen de evaluación final de los contenidos teórico-prácticos abordados. El examen constará de ochenta preguntas tipo test penalizándose por cada respuesta incorrecta una respuesta correcta.	70%	G01, G02, G03, G06, G16,G19	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10

7.2. Mecanismos de control y seguimiento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control regular de asistencia ▪ Evaluación continua de trabajos realizados en clase. ▪ Asistencia a tutorías en el horario establecido y publicado en el tablón de anuncios ▪ Exposición y defensa de un tema previamente definido. ▪ Examen final

8.Distribución de la carga de trabajo del alumnado

		ACTIVIDADES PRESENCIALES														ACTIVIDADES NO PRESENCIALES									
		Convencionales					No convencionales																		
Semana	Temas o actividades (visita, examen parcial, etc.)	Clases teoría	Clases Prácticas	Aula informática			TOTAL CONVENCIONALES	Trabajo cooperativo	Tutorías	Seminarios	Visitas	Evaluación formativa	Evaluación	Exposición de trabajos			TOTAL NO CONVENCIONALES	Estudio	Trabajos / informes individuales	Trabajos / informes en grupo			TOTAL NO PRESENCIALES	TOTAL HORAS	ENTREGABLES
1	Tema 1	4	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
2	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
3	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
4	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
5	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
6	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
7	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
8	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
9	Tema 5	2	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
10	Tema 5	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
11	Tema 6	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
12	Tema 7	3	1				4	1	1								2	2	2				4	10	
13	Tema 8	3	1				4	1	1								2	2	2				4	10	
14	Tema 9	3	1				4	1	1								2	2	2				4	10	
15	Tema 10	3	1				4	1	1								2	2	2				4	10	
Periodo de exámenes																									
Otros																									
TOTAL HORAS		33	27				60	20,5	9,5								30	35	25				60	150	

9. Recursos y bibliografía

9.1. Bibliografía básica

AECIT. La actividad turística española en 2004. 1.^a edición, 2005, N^o de páginas 686, ISBN: 848004733X

BAYÓN MARINÉ, HIGINIO et al. *50 años del turismo español: Un análisis histórico y estructural*. 1^a Edición. Madrid: Editorial Centro Ramón Areces, S.A., 1999, ISBN: 9788480043724

BULL, Adrian. *La economía del sector turístico*. Madrid : Alianza Editorial, 1994. ISBN 84-206- 6812-5

HERNANDEZ, José Ángel, *El turismo de masas. Evolución y Perspectivas*, 1^a Ed., Síntesis. ISBN: 8497565916

MONTANER MONTEJANO, Jordi. *Estructura del mercado turístico*. 2^a Ed., Síntesis, 2001. 397 p. ISBN 84-7738-130-5.

MORENO GARRIDO, Ana. *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid: Editorial Síntesis. 2007. ISBN: 8497565096

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Introducción al Turismo*. OMT. Madrid.

PEDREÑO MUÑOZ, Andrés et al. *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 1996, Biblioteca Civitas Economía y Empresa. Economía. ISBN 84-470-0787-1

RIVAS GARCÍA, J. *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Oviedo: 7^a Ed. Editorial Septem, 2009. SBN: 9788496491656

SAEZ, A. MARTÍN, P. y PULIDO, J. I. *Estructura económica del turismo*. 1^a Ed. Madrid: Editorial Síntesis, 2006. ISBN: 8497564081

TORRES BERNIER, Enrique. *Estructura de mercados turísticos*. 1^a Ed. Barcelona: Editorial UOC. 2006. ISBN: 9788497884563

9.2. Bibliografía complementaria

HERNANDEZ ARMAND, Enrique, VOGELER RUIZ, Carlos. *El mercado turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción*, 1^a Ed. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 2000. ISBN: 9788480044356

AUTORES VARIOS. *Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión más humana*.

Congreso UNIJES. Serie Turismo. 2007. ISBN: 978-84-9830-096-3

SÁEZ CALA, Antonia. *Impacto de la innovación y el cambio tecnológico en el sector hotelero en destinos urbanos emergentes*. Madrid: Editorial Ramón Areces, 2009

VELLAS, François. *Economía y política del turismo internacional*. Madrid: Editorial Síntesis. 2006. ISBN: 8497561929