

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Mercados turísticos
(2020 - 2021)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Mercados turísticos	Código: 165591101
<ul style="list-style-type: none"> - Centro: Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado - Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo. - Titulación: Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo - Plan de Estudios: 2013 (Publicado en 2014-02-11) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: <ul style="list-style-type: none"> Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos Economía, Contabilidad y Finanzas Sociología y Antropología - Área/s de conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> Economía Aplicada Fundamentos del Análisis Económico Métodos Cuantitativos para la Economía y La Empresa Sociología - Curso: 1 - Carácter: Obligatoria - Duración: Primer cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: Presencial - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es - Idioma: Castellano 	

2. Requisitos para cursar la asignatura

Muy recomendable tener conocimientos a nivel universitario de: \n-Técnicas estadísticas \n- Economía \n- Estructura de Mercados Turísticos \n-Técnicas de investigación Social \n- Informática a nivel usuario

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: ANDRES LORENTE DE LAS CASAS
- Grupo: Único
General <ul style="list-style-type: none"> - Nombre: ANDRES - Apellido: LORENTE DE LAS CASAS - Departamento: Economía, Contabilidad y Finanzas - Área de conocimiento: Fundamentos del Análisis Económico

Contacto - Teléfono 1: 922 317 115 - Teléfono 2: - Correo electrónico: alorente@ull.es - Correo alternativo: alorente@ull.edu.es - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
2020-10-05	2020-11-29	Miércoles	10:00	11:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7
Todo el cuatrimestre		Miércoles	16:30	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7
2020-10-05	2020-11-29	Jueves	10:30	11:30	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Sala Profesores
Todo el cuatrimestre		Martes	10:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7
2020-11-30	2021-02-05	Miércoles	09:00	11:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7
Observaciones: Para ser atendido es imprescindible reservar cita con antelación de al menos 24 horas a través del campus virtual con la dirección del correo xxxx@ull.edu.es						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	09:00	12:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7

Todo el cuatrimestre		Martes	17:30	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7
Todo el cuatrimestre		Jueves	16:30	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	7

Observaciones: Para ser atendido es imprescindible reservar cita con antelación de al menos 24 horas a través del campus virtual con la dirección del correo xxxx@ull.edu.es

Profesor/a: RAUL HERNANDEZ MARTIN

- Grupo: **Único**

General

- Nombre: **RAUL**
- Apellido: **HERNANDEZ MARTIN**
- Departamento: **Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos**
- Área de conocimiento: **Economía Aplicada**

Contacto

- Teléfono 1: **922317014**
- Teléfono 2: **686429542**
- Correo electrónico: **rahernan@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Observaciones: El profesor realiza tutorías no presenciales

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Observaciones: El profesor realiza tutorías no presenciales

Profesor/a: JOSEFA ROSA MARRERO RODRIGUEZ

- Grupo: **Único**

General - Nombre: JOSEFA ROSA - Apellido: MARRERO RODRIGUEZ - Departamento: Sociología y Antropología - Área de conocimiento: Sociología						
Contacto - Teléfono 1: 922317177 - Teléfono 2: - Correo electrónico: jmarrod@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	17:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Miércoles	16:00	18:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Jueves	17:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Observaciones: El estudiantado solicitará una cita a través del correo electrónico para realizar la tutoría, que podrá ser presencial u online; dicho correo también podrá servir de apoyo a la tutoría.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	17:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología

Todo el cuatrimestre		Miércoles	16:00	18:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Jueves	17:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Observaciones: El estudiantado solicitará una cita a través del correo electrónico para realizar la tutoría, que podrá ser presencial u online; dicho correo también podrá servir de apoyo a la tutoría.						

Profesor/a: CARLOS GUSTAVO GARCIA GONZALEZ						
- Grupo: Único						
General - Nombre: CARLOS GUSTAVO - Apellido: GARCIA GONZALEZ - Departamento: Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos - Área de conocimiento: Métodos Cuantitativos para la Economía y La Empresa						
Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: cggarcia@ull.es - Correo alternativo: cggarcia@ull.edu.es - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Cubiculo Estadística Econometría. 4ª Planta. Despacho nº 1.
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Cubiculo Estadística Econometría. 4ª Planta. Despacho nº 1.
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Cubículo Estadística Econometría. 4ª Planta. Despacho nº 1.
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Cubículo Estadística Econometría. 4ª Planta. Despacho nº 1.
Observaciones:						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Básico**

Perfil profesional: **Análisis del comportamiento de los mercados turísticos, comportamiento de las empresas en el mercado turístico, determinantes, tendencias, técnicas de análisis e información disponible para la toma de decisiones en un contexto cambiante**

5. Competencias

Competencias Específicas

CE1 - Ser capaz de utilizar los conocimientos sobre las características y tendencias de la oferta y la demanda turísticas al análisis de destinos concretos.

CE2 - Que los estudiantes sean capaces de aplicar técnicas estadísticas avanzadas y técnicas de investigación social cualitativas para la elaboración de informes relativos al sistema turístico.

Competencias Generales

CG2 - Ser capaces de planificar actividades y destinos turísticos, atendiendo al entorno socio-económico y medio-ambiental.

Competencias Básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuarestudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Tema 1: Mercados turísticos: determinantes y tendencias.

Profesor: Raúl Hernández Martín

Contenido:

1. Las características diferenciales de los mercados turísticos.
2. Tendencias recientes en la estructura y la dinámica de la oferta y la demanda turísticas.
3. Fuentes e indicadores en el análisis de los mercados turísticos

Tema 2: Fijación de precios y gestión de la capacidad en los mercados turísticos.

Profesor: Andrés Lorente de las Casas

Contenido:

1. Métodos generales de fijación precios.
2. Discriminación de precios en los productos turísticos.
3. Fundamentos de Revenue Management.

Tema 3: Metodologías aplicadas al estudio de los mercados turísticos. correlación, regresión, seres temporales y estacionalidad.

Profesor: Carlos G. García González

Contenido:

1. Introducción a la Estadística Descriptiva: Variables cuantitativas y cualitativas. Correlación y Asociación.
2. Estudio de las Series Temporales y de algunos Índices turísticos.
3. Análisis de Componentes Principales y sus aplicaciones al Turismo.
4. Análisis Clúster y sus aplicaciones al Turismo.

Tema 4: Técnicas cualitativas aplicados al turismo.

Profesora: J. Rosa Marrero Rodríguez

Contenido:

1. Fundamentos metodológicos de las técnicas de investigación cualitativas.
2. Tipos de técnicas cualitativas.
3. La entrevista en profundidad.
4. La investigación social cualitativa online.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se indicará durante el curso.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Las actividades formativas constan de un primer bloque (presencial o a través de Google Meet) en el que el alumno adquiere los conocimientos tanto prácticos como teóricos de la asignatura a través de la participación en clase y la realización de las distintas tareas. En un segundo bloque se contempla el trabajo autónomo realizado por el alumno que le permita adquirir la destreza necesaria para alcanzar los objetivos de la asignatura.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	34,00	0,00	34,0	[CG2], [CE1], [CE2], [CB10]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	12,00	0,00	12,0	[CG2], [CB7], [CE1], [CE2], [CB6], [CB8], [CB9], [CB10]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	8,00	0,00	8,0	[CG2], [CE1], [CE2], [CB10]
Realización de trabajos (individual/grupal)	4,00	30,00	34,0	[CG2], [CB7], [CE1], [CE2], [CB6], [CB8], [CB9], [CB10]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	34,00	34,0	[CG2], [CE1], [CE2], [CB10]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	18,00	18,0	[CG2], [CE1], [CE2], [CB10]
Preparación de exámenes	0,00	8,00	8,0	[CG2], [CE1], [CE2], [CB10]
Realización de exámenes	2,00	0,00	2,0	[CG2], [CE1], [CE2], [CB10]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Arroyo Menéndez, M. y Sábada Rodríguez, I. (coords.) (2012): Técnicas de la investigación social. Técnicas innovadoras y sus aplicaciones. Editorial Síntesis.

Dwyer, L et al. (2010). Tourism Economics and Policy. Bristol: Channel View Publications.

Dwyer, L., Gill, A. y Seetaram, N. (eds.) (2012). Handbook of research methods in tourism: Quantitative and qualitative approaches. Edward Elgar Publishing.

Jiménez, V., Ramos, A. y García, C. G. (2007). Estadística para Turismo. Madrid: Mc Graw-Hill.

Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (2013): Microeconomía, 8ª Edición. Madrid: Prentice-Hall.

Ramos, A. y García, C. G. Análisis Multivariante Aplicado a la Investigación Turística.

Ruiz Olabuénaga, J.I. (2012): Teoría y práctica de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto.

Stabler, M., Papatheodorou, A. y Sinclair, T. (2010). The Economics of Tourism. Second Edition. London: Routledge.

Talón Ballesteros, P., González Serrano, L. y Segovia Pérez, M. (2012). Yield Revenue Management en el sector hotelero: estrategias e implantación. Madrid: Delta.

Tribe, J. (2011). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism, 4ª ed. Amsterdam: Elsevier.

Verd, J.M.; Lozares, C. (2016): Introducción a la investigación cualitativa. Fases, métodos y técnicas. Síntesis.

Bibliografía Complementaria

Tema 1:

- Cuadrado Roura, J.R. y López Morales, J.M. (2011). El turismo: un sector clave en la economía española. Papeles de Economía Española, vol. 128 (2011).
- Dwyer, L. y Forsyth, P. (eds.) (2006). International Handbook on the Economics of Tourism. Cheltenham: Edward Elgar.
- Page, S.J. (2009). Tourism management: managing to change. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Vanhove, N. (2005): The Economics of Tourism Destinations. Amsterdam: Elsevier.

Tema 2:

- Hayes, D. y Miller, A. (2010): Revenue management for the hospitality industry. John Willey & Sons. New Jersey.
- Nalebuff, B. (2003): Bundling, Tying and Portfolio Effects. Department of Trade and Industry, working paper no. 1.
- Phillips, R. (2005). Pricing and Revenue Optimization. Stanford University Press.

Tema 3:

- Melchior, M. (Coordinadora) (1998). El Turismo en Canarias. Fyde-CajaCanarias.
- OMT (2002). Apuntes de metodología de la investigación en turismo. Organización Mundial del Turismo.

Tema 4:

- Bericat, E. (1998): La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo. Editorial Ariel.
- Delgado, J.M.; Gutiérrez Brito, J. (Eds.) (1998): Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales. Madrid: Síntesis.
- Gutiérrez Brito, J. y otros (2006): La investigación social del turismo. Madrid: Thomson.
- Kvale, S. (2011). Las entrevistas en investigación cualitativa. Ediciones Morata.
- Martín Criado, E. (1991): "Del sentido como producción: elementos para un análisis sociológico del discurso" en M.Latiesa,

El pluralismo metodológico en la investigación social: ensayos típicos, Granada: Universidad de Granada.

Otros Recursos

Disponibles en el aula virtual www.campusvirtual.ull.es

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La calificación de la asignatura se realizará mediante evaluación continua o única.

Evaluación continua:

Los estudiantes que sigan este modelo de evaluación deberán asistir, de forma presencial u online, al menos a un 80% de las clases. En dicha evaluación, la calificación final será el resultado de la suma de la nota obtenida en un informe de coyuntura (50% calificación total) a presentar (presencialmente o a través de Google Meet) en las fechas establecidas para los exámenes finales, y de la realización de pruebas realizadas en los distintos módulos (presencialmente o a través del campus virtual) a lo largo del cuatrimestre (50% calificación total). Sólo se aprobará la materia si se ha obtenido al menos un 5 sobre 10 en el informe de coyuntura y un global de un 5 sobre 10 en las pruebas de los módulos (se puede compensar un suspenso en un módulo con las calificaciones obtenidas en el resto de módulos siempre que el suspenso sea un 4 sobre 10 ó superior).

Evaluación única:

Los estudiantes que no hayan superado la evaluación continua o no la hayan realizado, podrán presentarse a la evaluación única. Esta circunstancia se sustenta en la normativa de la ULL, Artículo 13 del Reglamento de Evaluación, Calificación, Revisión e Impugnación de Calificaciones y revisión de Actas de la ULL.

La evaluación única consistirá en la entrega y presentación del informe de coyuntura (presencialmente o a través de google Meet) y un examen (presencial o a través del campus virtual) que evalúa las actividades de la evaluación continua .

En ambos tipos de evaluación, la nota mínima que se exige para superar esta asignatura es de 5 sobre 10.

Dada la heterogeneidad posible del alumnado en cuanto a los estudios de procedencia, se recomienda especial atención a los temas con déficit previo de formación.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB10], [CG2], [CE2], [CE1]	Aprobado si se supera el 50% del valor máximo del cuestionario.	50,00 %

Trabajos y proyectos	[CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG2], [CE2], [CE1]	Aprobado si obtiene el 50% del valor máximo del informe de coyuntura. Se tendrán en cuenta los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los plazos del proceso de elaboración y entrega del informe • Utilización en el informe de los diferentes contenidos trabajados en los módulos • Coherencia entre introducción, desarrollo y conclusiones • Dominio de los conocimientos utilizados durante la exposición • Claridad, volumen adecuado de voz y postura en la exposición • Originalidad en la presentación de los materiales • Formato adecuado de la presentación final (PowerPoint) • Uso adecuado del tiempo en la exposición final • Precisión en las respuestas dadas a las preguntas planteadas 	50,00 %
----------------------	---------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

10. Resultados de Aprendizaje

Saber realizar informes de coyuntura turística, conocer los mercados turísticos y aplicar métodos cuantitativos y cualitativos de investigación.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

Las clases de la asignatura combinan la clase magistral, con las prácticas en el aula de informática y el análisis de casos prácticos en los que se ponen en práctica el aprendizaje. A su vez, en las clases se prepara al alumno para enfrentarse al trabajo práctico final de la asignatura que consiste en la elaboración por parte de los alumnos de un informe de coyuntura turística.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Tema 1	Presentación del asignatura. Instrucciones sobre el trabajo a presentar. Explicación del tema.	9.00	9.00	18.00
Semana 2:	Tema 1	Explicación del tema.	9.00	9.00	18.00

Semana 3:	Tema 2	Explicación del tema.	9.00	9.00	18.00
Semana 4:	Tema 3	Explicación del tema.	9.00	9.00	18.00
Semana 5:	Tema 3	Explicación del tema. Límite de entrega del título del trabajo y de los componentes del equipo.	9.00	9.00	18.00
Semana 6:	Tema 4	Explicación del tema.	9.00	9.00	18.00
Semana 7:		Límite de entrega de la estructura del trabajo y de la síntesis de los puntos que se quieren abordar.	0.00	2.00	2.00
Semana 8:	Semana de la 8 a la 15	Elaboración y seguimiento del trabajo a presentar.	4.00	22.00	26.00
Semana 15 a 17:			2.00	12.00	14.00
Total			60.00	90.00	150.00