

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Turismo

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 0):

Estructura de Mercados (2021 - 2022)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Estructura de Mercados	Código: 169021204
- Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Titulación: Grado en Turismo - Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos - Área/s de conocimiento: Economía Aplicada - Curso: 1 - Carácter: Obligatoria - Duración: Segundo cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: https://www.ull.es/grados/turismo/ - Idioma: Castellano	

2. Requisitos para cursar la asignatura

Recomendables: Conocimientos básicos de Economía. Conocimientos básicos de hojas de cálculo (Excel).

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: RAUL HERNANDEZ MARTIN
- Grupo: PA1, PA101, PA102, PA2, PA201, PA202
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
Todo el cuatrimestre		Martes	08:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Despacho 10. Estructura Económica y Recursos Naturales, 3ª planta
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:30	09:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Despacho 10. Estructura Económica y Recursos Naturales, 3ª planta
Todo el cuatrimestre		Jueves	08:30	09:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Despacho 10. Estructura Económica y Recursos Naturales, 3ª planta

Observaciones: Las tutorías de los martes de 10:30 a 12:30 horas es virtual con la herramienta Google Meet y el correo institucional rahernan@ull.edu.es

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	08:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Despacho 10. Estructura Económica y Recursos Naturales, 3ª planta
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:30	09:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Despacho 10. Estructura Económica y Recursos Naturales, 3ª planta

Todo el cuatrimestre		Jueves	08:30	09:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Despacho 10. Estructura Económica y Recursos Naturales, 3ª planta
Observaciones: Las tutorías de los martes de 10:30 a 12:30 horas es virtual con la herramienta Google Meet y el correo institucional rahernan@ull.edu.es						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Fundamentos del Turismo.**

Perfil profesional: **Aunque se trata de una asignatura del bloque de fundamentos, en ella se trabajan competencias útiles en el ejercicio profesional como buscar, manejar e interpretar información sobre la evolución y tendencias en los mercados turísticos. Asimismo, el alumno adquiere la competencia de analizar el mercado turístico teniendo en cuenta las interrelaciones que se producen entre todos sus elementos, que constituye una competencia profesional fundamental en la toma de decisiones en puestos de responsabilidad.**

5. Competencias

Específicas

- 26—3 - Conocer la evolución de los principales destinos turísticos internacionales
- 26—2 - Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.
- 26—1 - Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial.
- 22—2 - Conocer las técnicas de análisis.
- 22—1 - Conocer los impactos producidos por la actividad turística.
- 7—2 - Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes del sector turístico así como la necesidad de competir y cooperar entre ellos.
- 7—1 - Conocer y reconocer los principales agentes que actúan en el mercado turístico nacional e internacional:
Administraciones Públicas,
- 5—2 - Conocer las fuentes de información para la investigación turística.
- 3—3 - Conocer los cambios que se experimentan en los procesos de desarrollo turístico.
- 3—2 - Saber entender el turismo como motor de desarrollo de las sociedades humanas.
- 3—1 - Saber abordar el turismo desde una perspectiva histórica hasta el momento actual.
- 2—4 - Conocer el procedimiento de cálculo y aplicación de la Cuenta Satélite de Turismo
- 2—3 - Conocer las características y el funcionamiento de los mercados de factores (capital, trabajo, ...)
- 2—2 - Conocer las diferentes estructuras de los mercados turísticos y su funcionamiento
- 2—1 - Conocer el papel del turismo en la estructura económica a diferentes escalas
- 1—4 - Comprender que todos los aspectos y cualidades inciden directa o indirectamente en la calidad del turismo
- 1—3 - Estudiar las tendencias turísticas y los factores de inestabilidad en el turismo
- 1—2 - Conocer los conceptos básicos del turismo
- 1—1 - Conocer las diferentes dimensiones del turismo y sus interrelaciones

Generales

- 1 - Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 2 - Analizar la dimensión económica del turismo
- 3 - Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
- 5 - Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
- 7 - Reconocer los principales agentes turísticos
- 22 - Analizar los impactos generados por el turismo
- 26 - Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial

Básicas

- CB1** - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
- CB2** - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB3** - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión
- CB4** - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5** - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Profesor/a: Raúl Hernández Martín
- Temas (epígrafes):

Tema 1. Conceptos, indicadores y características de los mercados turísticos

- 1. Evolución a largo plazo del turismo internacional
- 2. Conceptos básicos para el análisis del turismo
- 3. Delimitación de las actividades turísticas.
- 4. Características del turismo como actividad económica.

Tema 2. Indicadores turísticos. La Cuenta Satélite del Turismo

- 1. Indicadores estadísticos para el análisis del turismo
- 2. Enfoque de oferta y enfoque de demanda en el análisis del turismo
- 3. La Cuenta Satélite del Turismo.

Tema 3. Análisis de la estructura y coyuntura turística

- 1. Escala internacional
- 2. España
- 3. Canarias

Tema 4. Demanda turística.

1. Determinantes de la demanda turística
2. Elasticidad de la demanda turística
3. Segmentación de la demanda
4. Tendencias actuales en la demanda turística

Tema 5. Oferta turística e intermediación.

1. Determinantes de la oferta turística y la elasticidad
2. Tipología de la oferta turística
3. Características de los intermediarios.
4. Estructuras de mercado en el sector turístico
5. Integración y concentración empresarial
6. Tendencias actuales en la oferta turística

Tema 6. Impactos económicos del turismo

1. Impactos económicos, sociales y medioambientales del turismo
2. Impactos directos e indirectos del turismo sobre el valor añadido y la renta
3. Turismo y empleo
4. Aportación del turismo a la Balanza de Pagos
5. Turismo e ingresos fiscales
6. Impacto del turismo sobre los precios
7. Otros impactos económicos del turismo.

Parte práctica de la asignatura.

1. Indicadores y tasas de variación para el análisis del turismo.
2. Interpretación de información gráfica en el turismo.
3. Tipos de cambio. Interpretación e impactos sobre los flujos turísticos.

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La asignatura se imparte en 2 sesiones de 75 minutos semanales de carácter teórico-práctico, para las cuales se aporta al alumno las transparencias del profesor y material de apoyo.

Además, las prácticas específicas se desarrollan en doce sesiones de 75 minutos cada una y tienen lugar en el aula de informática. En el aula virtual, los alumnos a partir de una información suministrada en clase deben realizar diversas actividades: tareas, foros y cuestionarios.

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	22,50	0,00	22,5	[26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	32,50	0,00	32,5	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	2,00	0,00	2,0	[5], [3], [2], [5—2], [22—2]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	10,00	10,0	[5], [3], [2], [5—2], [26—2]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	34,00	34,0	[CB3], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	30,00	30,0	[CB3], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]

Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CB3], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CB3], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]
Otros	0,00	1,00	1,0	[CB3], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [5—2], [7—1], [7—2], [22—1], [22—2], [26—1], [26—2], [26—3]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Fletcher, J. et al., 2018. Tourism: principles and practice, Sixth edition. ed. Pearson, Harlow, United Kingdom. Versión en castellano: Cooper, C. et al. (2007): El turismo. Teoría y práctica. Síntesis, Madrid.

Page, S. J., (2009): Tourism management: managing for change. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford

Pulido Fernández, J. I., Cardenas García, P.J. (2013): Estructura económica de los mercados turísticos. Síntesis, Madrid.

Tribe, J. (2011): The economics of recreation, leisure and tourism. Elsevier, Amsterdam

Bibliografía Complementaria

Bayón Mariné, Fernando (dir.) (1999), 50 Años del Turismo Español. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

Cañada Martínez, Agustín (2004), "Instrumentos de medida del turismo: la Cuenta Satélite del Turismo", Papeles de Economía Española, No. 102, 2-28.

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

Exceltur (2021): Perspectivas Turísticas. (www.exceltur.org)

Hernández Martín, R. (2006): "Los mercados turísticos" y "La Cuenta Satélite del Turismo". En Parra, E. y Calero, F.: Gestión y dirección de empresas turísticas. McGraw-Hill, Madrid

Organización Mundial del Turismo (2021): Barómetro OMT del turismo mundial. (<http://www.unwto.org>)

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

Vanhove, Norbert (2005): The Economics of Tourism Destinations. Elsevier, Amsterdam.

Otros Recursos

En el aula virtual <http://campusvirtual.ull.es> se proporciona material adicional para la preparación de la asignatura, entre otros, las transparencias de clase del profesor

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La calificación de la asignatura se realizará mediante pruebas sobre el contenido práctico de la asignatura y una prueba final.

Las pruebas sobre el contenido práctico de la asignatura tendrán una valoración del 40%. Los estudiantes que sigan la evaluación continua deberán asistir al menos a un 80% de las clases presenciales de la asignatura.

La evaluación del contenido práctico de la asignatura consistirá en tres pruebas, correspondientes a las tres actividades prácticas que se realizarán en la asignatura, así como la realización de ensayos y actividades de seguimiento que se programen. Estos trabajos de seguimiento tienen carácter obligatorio.

Los alumnos que superen en las pruebas establecidas el contenido práctico de la asignatura no tendrán que presentarse a dichos contenidos en la prueba final. En este caso, la prueba final tiene una ponderación del 60% de la calificación y la superación de la asignatura requiere obtener al menos una calificación de 5 sobre 10 en la prueba final. En el caso de que un alumno no supere la asignatura por incumplir esta última condición, la calificación final de la asignatura será de 4 puntos.

Los alumnos que no superen durante el curso la evaluación del contenido práctico de la asignatura podrán presentarse a una prueba final que se puntuará sobre 10 puntos. Dicha prueba consistirá en un examen escrito sobre los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura. Dicho examen consta de dos partes: la parte teórica de la asignatura, con una ponderación del 60%; y la parte práctica, con un peso del 40% del total. Será necesario aprobar tanto la parte teórica como la parte práctica de la asignatura. En el caso de que un alumno no supere la asignatura por incumplir la condición anterior, la calificación final de la asignatura será de 4 puntos.

En el caso de que el estudiante no se presente al examen de convocatoria oficial, la calificación del estudiante en el acta debe ser de no presentado.

Cuando se haya aprobado la evaluación de la parte práctica en las pruebas establecidas a lo largo del curso, dicha calificación se mantendrá para convocatorias posteriores del mismo curso.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [5—2], [22—2]	Comprender los conceptos y saber realizar los cálculos necesarios para las 3 prácticas: indicadores turísticos y coyuntura; análisis de información gráfica; y tipos de cambio.	40,00 %
Pruebas de desarrollo	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [7], [5], [3], [2], [1], [1—1], [1—2], [1—3], [1—4], [2—1], [2—2], [2—3], [2—4], [3—1], [3—2], [3—3], [7—1], [7—2], [22—1], [26—1], [26—2], [26—3]	El alumno debe demostrar conocer y ser capaz de analizar con rigor cualquier situación real que se produce en los mercados turísticos. Debe comprender y saber utilizar las herramientas conceptuales y analíticas para el estudio de los mercados turísticos	60,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

Conocer, comprender y utilizar las herramientas conceptuales y analíticas para el estudio de los mercados turísticos desde la óptica de la Economía Aplicada a fin de analizar con rigor las principales características, tendencias e impactos del turismo en el mercado internacional, español y canario.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

La distribución de los temas por semana es orientativo, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Segundo cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Lección 1	Clases teórico-prácticas	2.50	6.00	8.50
Semana 2:	Lección 1	Clases teórico-prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Lección 1	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Lección 2	Seminario. Clases teórico-prácticas, clases prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Lección 2	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Lección 3	Prueba evaluación continua Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Lección 3	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Lección 4	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Lección 4	Clases teórico-prácticas, clases prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Lección 5	Prueba evaluación continua. clases teórico-prácticas, clases prácticas, actividad formativa.	5.75	6.00	11.75
Semana 11:	Lección 5	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Lección 5	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Lección 6	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Lección 6	Prueba evaluación continua. Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Lección 6	Clases teórico-prácticas, clases prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación.	3.00	0.00	3.00
Total			60.00	90.00	150.00