UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ESCUELA UNIVERSITARIA DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

DIPLOMATURA DE TURISMO
PRIMER CURSO, SEGUNDO CUATRIMESTRE
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA I
(Área de Estructura Económica)
CURSO 2007-2008

PLAN DOCENTE Y PROGRAMA

de la asignatura

ESTRUCTURA DE MERCADOS

Profesores/as de la asignatura:
Pilar Moreno Pacheco
Francisco Javier Santos Cumplido (Coor)
Pilar Tejada González

http://www1.us.es/pauta/asignatura.jsp?id=17.866

Diligencia para hacer constar que el presente programa es el depositado por el Dpto. en este Centro.
El Secretario del Centro: José Ángel Pérez López

Código Seguro De Verificación	g1CGP3jr3QoRYIB159hogA==	Fecha	10/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/g1CGP3jr3QoRYIB159hogA==	Página	1/7

TITULACIÓN: DIPLOMATURA DE TURISMO

1. DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Estructura de Mercados (6 créditos). 4 horas de docencia semanal durante el segundo cuatrimestre. Primer curso Diplomatura de Turismo.

2. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

○ DESCRIPTORES (B.O.E.)

Análisis de los flujos turísticos, estructuras de los mercados turísticos, oferta y demanda

○ COMPETENCIAS ESPECIFICAS A ADQUIRIR.

A partir del listado general de competencias específicas que sobre el título de grado de turismo se ha elaborado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), se han seleccionado para esta asignatura las siguientes:

1.- Comprender los principios del turismo: su dimensión, espacial, social, cultural, política, laboral y económica
2.- Analizar los efectos económicos que genera el turismo
3.- Tener conciencia del carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
4.- Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas
5.-Reconocer los principales agentes turísticos (públicos, privados...)
6.- Analizar los impactos generados por el turismo
7.- Comprender detalles del funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales a nivel mundial.
8.- Conocer la estrategia, los objetivos y los instrumentos públicos de la planificación

○ TEMARIO ASOCIADO A LAS COMPETENCIAS

Bloque 1: Aspectos teóricos y evolución del fenómeno turístico
(Competencias 1, 2, 3)

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO.

1.1 Conceptos básicos.
1.2. El fenómeno turístico y su carácter interdisciplinar.

1.3. Definición y elementos de la estructura del mercado turístico.

TEMA 2. CONTEXTO ECONOMICO Y EVOLUCIÓN DEL FENÓMEMO TURÍSTICO.

2.1.- Evolución del turismo mundial
2.2.- Evolución del turismo en España
2.3.- Contexto económico nacional e internacional y su influencia en el turismo.

Bloque 2: Mercados turísticos: elementos y tendencias
(Competencias 5,6,7)

TEMA 3. LA DEMANDA TURÍSTICA

3.1.. Los factores determinantes de la demanda turística
3.2.. El análisis estadístico de la demanda turística
3.3.. La evolución de la demanda turística internacional
3.4. La demanda turística española

TEMA 4. LA OFERTA TURÍSTICA

4.1. La función de oferta turística y el equilibrio del mercado turístico
4.2. El análisis estadístico de la oferta turística.
4.3.. La evolución de la oferta turística internacional
4.4. La oferta turística en España

TEMA 5. LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

5.1. Definición y objetivos de las empresas del sector turístico.
5.2. Las estructuras de mercado: diferentes formas de competencia de la empresa turística.
5.3. La integración y concentración de empresas turísticas.
5.4. Las empresas multinacionales en el sector turístico.

Bloque 3: Impactos del turismo y marco normativo
(Competencias 1,6,8)

TEMA 6. LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

6.1. Principales impactos de la actividad turística sobre la economía de las áreas receptoras.
6.2. El turismo, la producción y el empleo
6.3. El turismo y la Balanza de Pagos.
6.4.- Turismo y desarrollo sostenible

TEMA 7. EL MARCO NORMATIVO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
7.1. Concepto de política turística
7.3.- Intervención del Estado en materia turística.
7.4.- La organización político-turística en España
7.4.- La organización político-turística en otros países

- **BIBLIOGRAFIA**

Bibliografía básica:

- Pedreño, A. (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*, Ed. Cívitas, Madrid.
- Vogeler, C. y Hernández, A. (1997): *Estructura y organización del mercado turístico*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

Bibliografía complementaria:

- Bayón Mariné, F. (1999): *50 años el turismo español (1950-99). Un análisis histórico y estructural*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Bosch Camprubí, R. (1998): *Turismo y medio ambiente*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Bull, A. (1994): *La economía del sector turístico*, Alianza Editorial, Madrid.
- Dirección General de Turismo y Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental (1999): *España: Un Turismo sostenible*, Ministerio de Economía y Hacienda y Ministerio de Medio Ambiente, Madrid.
- Figuerola (1990): *Teoría Económica del Turismo*, Alianza, Madrid.
- Furió Blasco, E. (1996): *Economía, turismo y medio ambiente*, Tirant lo Blanch, Universidad de Valencia, Valencia.
- Iranzo, J, Pedrosa, M et alia (2003) *La estructura económica de los mercados turísticos,* Instituto de Estudios Económicos, Madrid.
- Montaner, J. (1998): *Estructura del mercado turístico*, Ed. Síntesis, Madrid.
- O.M.T. (1999): *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo turístico sostenible*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Rey, C. (1998): *Economía del turismo: estructura de mercados e impacto sobre el desarrollo*, Asociación Hispalink-Galicia, Santiago de Compostela.
- Sancho, A. (1998): *Introducción al Turismo*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Secretaría General de Turismo:
  (1990): *Libro Blanco del Turismo Español*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.
  (1992): Plan Marco de Competitividad del Turismo español*, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.*
  (1996): *FUTURES: Plan Marco de competitividad del Turismo español*, Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.
- Vellas, F. (2004): *Economía y Política del turismo internacional*, Ed. Síntesis, Madrid.
- VV.AA. (2003): *La estructura económica de los mercados turísticos*, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.

- **Enlaces de interés:**

A NIVEL MUNDIAL:

http://www.world-tourism.org/espanol/index.htm
http://europa.eu.int/index_es.htm
http://visiteurope.com/
http://www.aiest.org/org/idt/idt_aiest.nsf/en/index.html

A NIVEL ESPAÑOL:

http://www.iet.tourspain.es/
http://www.ine.es/
http://www.tourspain.es/Tourspain/?language=es
http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/default.htm
http://www.aecit.org/index.htm

http://www.fitur.ifema.es/ferias/fitur/default.html

http://www.agenciaviajes.com/
http://www.turhoreca.com/
http://www.hosteltur.com/
http://www.boletin-turístico.com/
http://www.editur.com/
http://www.ih.eol.es/

A NIVEL ANDALUZ:

http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/default2.asp
http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/

http://www.turismosevilla.org/
http://www.turismo.sevilla.org/

www.andaluciaturismodigital.com
http://www.andaluciaturistica.com/ver02/portada.htm

3. METODOLOGÍA

- **PLAN DE TRABAJO**

El sistema que nos proponemos utilizar combina varias metodologías de enseñanza, fundamentalmente “la lección” y “la enseñanza basada en el aprendizaje tutorado”.

Más concretamente, esta asignatura se organizará del siguiente modo:

1º.- Asistencia a las clases teóricas donde se presentarán los contenidos fundamentales por parte de los/as profesores/as. Se valorará especialmente la asistencia y participación en clase.

2º.- Resolución de actividades teórico-prácticas proporcionadas por los/as profesores/as sobre aspectos relacionados con la materia (análisis de textos, gráficos o informes, búsqueda de bases de datos o de fuentes estadísticas, búsqueda de material diverso en Internet, etc., a partir de los cuales se pretenderá fomentar la puesta en común y debate en clase).

- **PLANIFICACIÓN INDIVIDUALIZADA DEL APRENDIZAJE (15 semanas).**

  Los/as profesores/as explicaran en clase (aula o sala de informática, en función de las necesidades) los conceptos básicos y las líneas generales de cada tema del programa de la asignatura, así como las principales fuentes estadísticas y bibliográficas disponibles.

  A continuación, el/la profesor/a propondrá la realización de actividades cortas de carácter teórico-práctico para que el/la alumno/a las resuelva durante clases no presenciales. Para todo ello, se utilizarán las nuevas tecnologías disponibles (Internet y tecnologías multimedia).

- **PERIODOS DE DOCENCIA NO PRESENCIAL PARA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES**

  1ª semana no presencial: 3 al 8 de marzo
  2ª semana no presencial: Lunes 7 de abril y lunes 14 de abril
  3ª semana no presencial: 5 al 11 de mayo.
  4ª semana no presencial: 26 mayo al 1 de junio.

- **SISTEMA DE TUTORÍAS**

  1. **Responsables:**

     En la Escuela de Empresariales o la Facultad de Económicas y Empresariales: Profesor/a(s) de la asignatura.

  2. **Funciones a realizar por los/as profesores/as-tutores/as:**

     i. Suministrar información complementaria o referencial.
     ii. Dirigir, analizar críticamente las realizaciones.
     iii. Responder a las demandas/necesidades de los alumnos/as.

iv. Sugerir, enseñar y orientar a los estudiantes en las diferentes fases del proceso de acción práctica.

4.- SISTEMA DE EVALUACIÓN

- **EVALUACIÓN CONTINUA:**

i. Aprendizajes objeto de la evaluación:

La evaluación continua constituye un elemento clave debido a que la metodología utilizada en la asignatura se apoya básicamente en el método del aprendizaje tutorado.

Será objeto de evaluación la adquisición gradual de las distintas competencias que se establecieron previamente como objetivos.

ii. Técnicas de recogida de información:

Las profesores/as llevaran un parte de asistencia, donde realizaran observaciones sobre la participación activa de los/as alumnos/as en clase.

Se evaluarán la resolución por parte de los/as alumno/as de las actividades teórico-prácticas propuestas en clase por los/as profesores/as

- **EVALUACIÓN FINAL**

Para superar la asignatura, el/la alumno/a deberá alcanzar un mínimo del 50% de la calificación total, puntuación que se podrá obtener a través de tres vías:

- Asistencia a clase y participación activa: 10% de la nota final
- Actividades teórica-prácticas propuestas por los/as profesores/as: 20 % de la nota final.
- Prueba escrita: 70% de la nota final.

Será necesario obtener un mínimo de un 4 sobre 10 en la prueba escrita para proceder a sumar los puntos obtenidos también en actividades y asistencia a clase.

Código Seguro De Verificación	g1CGP3jr3QoRYIB159hogA==	Fecha	10/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/g1CGP3jr3QoRYIB159hogA==	Página	7/7