



UNIVERSIDAD DE JAÉN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Departamento de Economía

Licenciatura de Filología Inglesa y Turismo

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: ESTRUCTURA DE MERCADOS

CARÁCTER :	Troncal	CRÉDITOS TEÓRICOS:	4,5	CRÉDITOS PRÁCTICOS:	3
-------------------	---------	---------------------------	-----	----------------------------	---

CURSO ACADÉMICO:	2011/12	CICLO:	2º	CURSO:	3º	CUATRIMESTRE:	1º
-------------------------	---------	---------------	----	---------------	----	----------------------	----

ÁREA DE CONOCIMIENTO:	Economía Aplicada
------------------------------	-------------------

DESCRIPTORES SEGÚN B.O.E.

Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo fundamental de esta asignatura es dar a conocer a los alumnos los conceptos más importantes relacionados con la actividad turística y proveerles de los conocimientos fundamentales para el análisis y conocimiento de las pautas de funcionamiento del mercado turístico. Se pretende dotar a los futuros profesionales del sector de unos instrumentos y una metodología de análisis cuya utilidad deberá manifestarse en su tarea de gestión al frente de entidades públicas y privadas del sector turístico, en un mercado cada vez más globalizado.

CONTENIDOS

PARTE I. ASPECTOS GENERALES

Capítulo 1. La actividad turística: conceptos, clasificaciones y fuentes de información

- 1.1. Naturaleza y relevancia del turismo
- 1.2. Definiciones y tipos de turismo
- 1.3. Medición y fuentes estadísticas del turismo

Capítulo 2. El turismo en el entorno internacional. Instrumentos, análisis y tendencias

- 2.1. Fuentes de información para el análisis del turismo internacional
- 2.2. Definiciones e instrumentos de análisis del turismo internacional
- 2.3. Los flujos de turismo internacional
- 2.4. Tendencias futuras

PARTE II. IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Capítulo 3. Turismo y desarrollo económico

- 3.1. La contribución del turismo al desarrollo económico: posibilidades y limitaciones.
- 3.2. Impactos económicos del turismo
- 3.3. La balanza de pagos y otros instrumentos de medición de los impactos económicos del turismo

Capítulo 4. Turismo, mercado de trabajo e innovación

- 4.1. El capital humano como ventaja competitiva en el sector turístico
- 4.2. El mercado de trabajo en el sector turístico
- 4.3. La innovación tecnológica en el sector turístico. Los condicionantes desde la óptica de la formación

PARTE III. LA ORGANIZACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS

Capítulo 5. La oferta de servicios turísticos

- 5.1. Definición de la oferta turística
- 5.2. Elementos y tipologías de la oferta turística (producto turístico)
- 5.3. Evolución de la oferta turística internacional y española

Capítulo 6. La demanda de servicios turísticos

- 6.1. Definición de la demanda turística
- 6.2. Elementos e indicadores de demanda turística
- 6.3. Evolución de la demanda turística internacional y española

Capítulo 7. El mercado turístico

- 7.1. La oferta y la demanda en el mercado turístico
- 7.2. Los fallos del mercado en la actividad turística
- 7.3. Las externalidades en el turismo: el análisis coste-beneficio.

PARTE IV. COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Capítulo 8. El enfoque empresarial de la competitividad turística

- 8.1. Los precios en el sector turístico y la financiación de las empresas turísticas
- 8.2. Los procesos de integración y concentración
- 8.3. Competitividad y calidad turística

Capítulo 9. Turismo y sostenibilidad

- 9.1. La sostenibilidad como nuevo paradigma turístico
- 9.2. Los principios generalmente aceptados del turismo sostenible
- 9.3. Una visión heterodoxa del paradigma del turismo sostenible

PARTE V. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPAÑA

Capítulo 10. El modelo turístico español. Déficit, retos y oportunidades

- 10.1. La estructura del modelo turístico español
- 10.2. La posición competitiva de España respecto a sus principales competidores
- 10.3. Retos y oportunidades a la luz de los cambios en las formas de consumo turístico

Capítulo 11. La especialización turística regional

- 11.1. Turismo y crecimiento económico regional
- 11.2. La concentración espacial y funcional del turismo español. Los archipiélagos y el Litoral Mediterráneo
- 11.3. Resto de clusters turísticos: las ciudades y la España interior

Capítulo 12. La política turística en España

- 12.1 La intervención del Estado en el turismo: justificación de la política turística
- 12.2. La formulación de la política turística: funciones, objetivos e instrumentos
- 12.3. La política turística de la Administración Central
- 12.4. Otros niveles de intervención pública

ACTIVIDADES EN QUE SE ORGANIZA

Clases magistrales con apoyo de transparencias y Power-Point, ejercicios prácticos, trabajos dirigidos a los alumnos y exposición en clase, tutorías personalizadas, lecturas y análisis en el aula de artículos especializados, asistencia a conferencias y jornadas organizadas por el Departamento de Economía.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Sáez, A., Martín, P. y Pulido, J. I. (coords.) (2006): Estructura económica del turismo, Editorial SINTESIS, Madrid.

Pulido, J.I. y Sáez, A. (coords.) (2011): Estructura general del mercado turístico, Editorial SINTESIS, Madrid.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Aguiló, E. (2010): Monográfico sobre Economía del Turismo, Cuadernos de Economía, número 91.

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (serie anual): La actividad turística española en AECIT. Madrid.

Bull, A. (1991): La economía del sector turístico. Alianza Editorial. Madrid.

Cuadrado, J. R. (1993): Los servicios en España. Pirámide. Madrid.

Economistas. Revista editada por el Colegio de Economistas de Madrid. Normalmente en todos los números suele aparecer un artículo dedicado al análisis del turismo en España.

Esteve, R. y Fuentes, R. (2000): Economía, historia e instituciones del turismo en España. Pirámide. Madrid.

Figuerola, M. (2000): Introducción al estudio económico del turismo. Civitas. Madrid.

Iranzo, J. et al (2003): La estructura económica de los mercados turísticos, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (1998): Introducción al Turismo. OMT. Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2002): Turismo: panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado. Volumen 7. OMT. Madrid.

Pedreño, A. (Dir.) y Monfort, V. (Coord.) (1996): Introducción a la economía del turismo en España. Civitas. Madrid.

Rivas, J. (2009): Estructura y Economía del Mercado Turístico, SEPTEM Ediciones, Oviedo.

Torres, E. (coord..) (2006): Estructura de mercados turísticos, Editorial UOC, Barcelona.

Valls, J. F. (2003): Las claves del mercado turístico. Deusto. Bilbao.

Vogeler, C. y Hernández, E. (2000): El mercado turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.

VV. AA. (2011): *Papeles de Economía Española*, número 128.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El alumno tendrá que realizar una prueba de examen de contenido teórico al finalizar el cuatrimestre en la que se evaluará la comprensión de los conocimientos adquiridos. El examen constará de dos partes: un test de 10 preguntas y una serie de cuestiones de desarrollo. El alumno que supere de forma satisfactoria las prácticas que el profesor plantee a lo largo del cuatrimestre podrá optar a realizar tan solo el test como evaluación final.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para superar la asignatura será necesario aprobar las dos partes de la prueba de evaluación. La calificación final será el resultado de la media entre la nota del test (40% del total de la nota final) y la de las preguntas de desarrollo (60% de la nota final).