



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT

# ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC

Any acadèmic 2015-16

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC
<b>Codi</b>	102603
<b>Semestre d'impartició</b>	1r Q Avaluació Continuada
<b>Caràcter</b>	Troncal
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	6
<b>Crèdits teòrics</b>	0
<b>Crèdits pràctics</b>	0
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Miércoles y Jueves de 12:00 a 14:00 horas
<b>Departament/s</b>	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
<b>Modalitat</b>	Presencial
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Castellà
<b>Grau/Màster</b>	Grau en Turisme
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Miércoles y Jueves de 12:00 a 14:00 horas
<b>Adreça electrònica professor/a (s/es)</b>	ndaries@aegern.udl.cat

NATALIA DARIES RAMON

## Informació complementària de l'assignatura

Aquesta assignatura té com a objectiu bàsic el coneixement de les característiques distintives de la demanda i l'oferta turística, dels fluxos i canvis en la provisió de serveis i en els patrons del consum turístic, dels recursos que fan possible l'activitat, així com dels futurs reptes i tendències d'aquesta.

En aquest sentit, es comença amb una imatge sintètica dels orígens i determinants del turisme per continuar amb la descripció del sistema d'activitats turístiques i els seus principals elements. Dins d'aquest sistema, cobren especial rellevància les activitats de caràcter turístic que constitueixen la base de l'oferta turística, passant a analitzar així l'oferta d'informació, intermediació, transport i allotjament que necessita el turista.

A continuació, es passa a l'estudi dels mercats del turisme denominat genèric, on el turista es desplaça sense un motiu concret per descansar i gaudir del seu temps d'oci. Aquest mercat genèric es correspon generalment amb el turisme de sol i platja, prototip del turisme de masses, així com amb el turisme rural i el turisme urbà. Més endavant, s'analitzen els diferents tipus de turisme específic, és a dir, aquell que requereix un motiu més concret per a la seva realització i que es manifesta gràcies a determinats valors, creences, gustos o interessos del turista. Dins d'aquesta tipologia es presenten el turisme de parcs temàtics, el turisme religiós, el turisme nàutic, el turisme de congressos, el turisme de salut i el turisme gastronòmic.

Relació amb altres assignatures del pla d'estudis:

És l'assignatura bàsica introductòria del pla d'estudis del grau de Turisme i els coneixements obtinguts serveixen de base per poder realitzar altres assignatures del grau, especialment Fonaments de Gestió d'empreses Turístiques i Economia.

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Amb l'assignatura Estructura del Mercat Turístic es pretén que l'estudiantat aconsegueixi els objectius següents:

- Conèixer els orígens del turisme
- Tenir una visió general del turisme i dels mecanismes del mercat que ho fan funcionar
- Analitzar els productes i recursos turístics
- Conèixer els factors que condicionen la demanda turística
- Identificar els elements i les empreses que formen l'oferta turística
- Estudiar i analitzar els diferents tipus de turisme
- Conèixer els canvis i l'evolució en les noves formes turístiques
- Interpretar estadístiques, informes i estudis del sector turístic

## Competències

### Competències estratègiques de la Universitat de Lleida

- Domini de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació.
- Domini d'una llengua estrangera
- Correcció en l'expressió oral i escrita
- Respecte als drets fonamentals d'igualtat entre homes i dones, a la promoció dels Drets Humans i als valors propis d'una cultura de pau i de valors democràtics.

### Competències específiques de la titulació

- Exercir les funcions relacionades en les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i institucions.

#### Objectius

- Interpretar estadístiques, informes i estudis del sector turístic
- Conèixer els factors que condicionen la demanda turística
- Analitzar els productes i recursos turístics

- Crear i dirigir una empresa de serveis turístics atenent i responnent als canvis de l'entorn en què opera.

#### Objectius

- Conèixer els canvis i la evolució de les noves formes turístiques.
- Estudiar i analitzar els diferents tipus de turisme

- Comprendre els principis del turisme, la seva dimensió espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral i econòmica.

#### Objectius

- Tindre una visió general del turisme i dels mecanismes del mercat que el fan funcionar
- Conèixer els orígens del turisme

- Dissenyar productes turístics i definir objectius, estratègies i polítiques comercials. Identificar els recursos turístics i avaluar el seu potencial.

#### Objectius

- Conèixer els factors que condicionen la demanda turística

### Competències transversals de la titulació

- Capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- Capacitat d'organitzar i planificar.

- Ser capaç de treballar i d'aprendre de manera autònoma i simultàniament interactuar adequadament amb els altres, cooperant i col·laborant.
- Actuar en base al rigor, al compromís personal i amb orientació a la qualitat.
- Treball en equip i lideratge.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

Continguts de la matèria

### **PART 1. EL SISTEMA D'ACTIVITATS TURÍSTIQUES**

#### **TEMA 1. Introducció al sistema d'activitats turístiques**

1. Els antecedents i determinants del turisme
2. El sistema d'activitats turístiques
3. Els recursos i productes turístics

#### **TEMA 2. Tipologies turístiques, destinacions i formes de turisme**

1. Les tipologies turístiques
2. Les destinacions turístiques
3. El turista i les diverses formes de turisme segons els documents de l'OMT

### **PART 2. L'OFERTA Als MERCATS DE PRODUCCIÓ TURÍSTICA**

#### **TEMA 3. Empreses d'allotjament**

1. Allotjament hotelier
2. Allotjaments extrahoteleros
3. Un altre tipus d'allotjaments: Time Sharing, multipropiedad, o temps compartit

#### **TEMA 4. Empreses d'intermediació**

1. Empreses d'intermediació. AAVV
2. Altres tipus d'empreses d'intermediació turística: Les centrals de reserves, els Opc, els brokers aeris, els Wholesalers

#### **TEMA 5. El transport turístic**

1. Transport terrestre
2. Transport aquàtic

## 3. Transport aeri

### **TEMA 6. Empreses d'informació**

1. La informació com a activitat de naturalesa turística
2. Els continguts de les oficines i punts d'informació al turista

### **TEMA 7. Empreses Complementàries**

1. Establiments de restauració
2. Empreses de lloguer d'automòbils
3. Establiments d'oci
4. Parcs temàtics i d'atraccions
5. La importància i el valor afegit de les empreses complementàries

## **PART 3. L'ESTRUCTURA DELS MERCATS DELS TURISMES GENÈRICS I ESPECÍFICS**

### **TEMA 8. L'estructura dels mercats dels turismes genèrics**

1. El turisme litoral o de sol i platja
2. El turisme rural
3. El turisme urbà

### **TEMA 9. L'estructura dels mercats dels turismes específics**

1. Anàlisi dels turismes específics
2. El turisme de parcs temàtics
3. El turisme religiós
4. El turisme nàutic
5. El turisme de congressos, convencions i incentius
6. Turisme de salut i benestar físic
7. Turisme gastronòmic

## **Eixos metodològics de l'assignatura**

# ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2015-16

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
1-2	Antecedents, concepte i formes de turisme Introducció i característiques del mercat turístic	Classe magistral	7	Estudi	10
3-4	Recursos i productes turístics (introducció, valorització recursos, etc.).	Classe magistral Casos pràctics	7	Estudi Cas pràctic	11
5-7	Demanda turística (factors, nacional i internacional) Destinacions turístiques (tipologies de classificació, elecció)	Classe magistral Pràcticas a l'aula d'informàtica	10,5	Estudi Buscar dades estadístiques sobre demanda i despesa	15
8-14	La oferta turística (allotjament, intermediació, transport i informació)	Classe magistral Visita hotel i/o agència	18,5	Estudi Cas pràctic Intervenció crítica	25
15-18	Estructura compradues de turisme genèric i de turisme específic	Classe magistral Conferència	12	Buscar dades Treball pràctic Preparació de la presentació	25
9 i 19	Avaluació		5		

(2) HTP = Horas de Treball Presencial

(3) HTNP = Hores de Treball no Presencial

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

Objetivos	Actividades de Evaluación		Fechas	O/V (1)	I/G (2)	Observaciones
	Crterios	%				
Tener una visión general del turismo y de los mecanismos del mercado que lo hacen funcionar. Analizar los productos y recursos turísticos Conocer los factores que condicionan la demanda turística Identificar los elementos y las empresas que forman la oferta turística	Prueba objetiva de contenidos	29	Semana 9	O	I	
Identificar los elementos y las empresas que forman la oferta turística		29	Semana 17 o 18			La nota mínima para poder hacer la media ponderada con el resto de actividades tiene que ser un 4

Objetivos	Actividades de Evaluación Criterios	%	Fechas	O/V (1)	I/G (2)	Observaciones
Analizar los diferentes tipos de turismo, trabajo en equipo, dominio TIC, correcta expresión escrita Hablar en público, trabajar en equipo, dominio TIC, correcta expresión oral	Trabajo práctico Presentación trabajo	15	Diferentes fechas durante el mes de enero	O	G	
Dominio TIC, interpretar estadísticas, informes y estudios del sector turístico, conocer realidad mercado turístico	Prácticas	15	Durante todo el semestre	O	I/G	
Análisis crítico, intervenciones en clase, salidas técnicas, conferencias	Intervenciones dirigidas	12	Durante todo el semestre	O	I/G	

(1) Obligatoria / Voluntaria      (2) Individual / Grupal

## Aclaraciones

El estudiantado podrá realizar las prácticas, el trabajo y la presentación del trabajo en catalán, castellano o inglés.

## Sistema d'avaluació



Prueba objetiva de contenidos I	29%
Prueba objetiva de contenidos II	29%
Trabajo defensa y exposición	15%
Prácticas	15%
Salidas técnicas y Conferencias	12%

**No hay recuperaciones, las practicas no entregadas o fuera de plazo se evaluaran con un 0**

**Para aprobar la asignatura la nota minima en la prueba objetiva de contenidos II ha de ser un 4**

Existe la posibilidad de realizar un solo examen en caso de escoger evaluación única, con derecho a recuperación.

Solo en casos excepcionales (contrato de trabajo, etc.)

Se ha de notificar antes del 30 de octubre a la profesora.

## Bibliografia i recursos d'informació

### Bibliografia recomanada

Lickorish, Leonard J. (DL 2000 ). *Una Introducció al turisme* . Madrid: Síntesis.

Vogeler Ruiz, C.; Hernández Armand, E. (2000 ) *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces

Donaire, José Antonio (2008 ). *Turisme cultural entre l'experiència i el ritual* . Belcaire: Vitel·la.

Anton Clavé, Salvador (2005 ). *Parquestemáticos : más allá del ocio* .Barcelona: Ariel.

Calle Vaquero, Manuel de la (2002 ). *La Ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.

Selby, Martin (2004 ). *Understanding urban tourism : image, culture and experience*.New York: I.B. Tauris

Richards G. And J. Wilson (2006) *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?* Tourism Management 27 (6) 1209 -1223.