



Universitat de Lleida

**GUIA DOCENT
ESTRUCTURA DEL MERCAT
TURÍSTIC**

Coordinació: DARIES RAMON, NATÀLIA

Any acadèmic 2018-19

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2018-19

Informació general de l'assignatura

Denominació	ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC					
Codi	102603					
Semestre d'impartició	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA					
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat		
	Doble titulació: Grau en Administració i Direcció d'Empreses i Grau en Turisme (ADETUR)	1	TRONCAL	Presencial		
	Grau en Turisme	1	TRONCAL	Presencial		
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6					
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRAULA	TEORIA			
	Nombre de crèdits	1.8	4.2			
	Nombre de grups	1	1			
Coordinació	DARIES RAMON, NATÀLIA					
Departament/s	ADMINISTRACIÓ D'EMPRESSES					
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.					
Idioma/es d'impartició	Castellà					
Horari de tutoria/lloc	Miércoles y Jueves de 12:00 a 14:00 horas					

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2018-19

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
DARIES RAMON, NATÀLIA	ndaries@aegern.udl.cat	6	

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 responent 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 hoteler
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

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2018-19

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 2018-19

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 comprades 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 Criterios	%	Fechas	O/V (1)	I/G (2)	Observaciones
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

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2018-19

Objetivos	Actividades de Evaluación		Fechas	O/V (1)	I/G (2)	Observaciones
	Criterios	%				
Analizar los diferentes tipos de turismo, trabajo en equipo, dominio TIC, correcta expresión escrita	Trabajo práctico	15	Diferentes fechas durante el mes de enero	O	G	
Harlar en público, trabajar en equipo, dominio TIC, correcta expresión oral						
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

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2018-19

Prueba objetiva de contenidos I 29%

Prueba objetiva de contenidos II 29%

Trabajo 15%

Prácticas 15%

Salidas técnicas y Conferencias 12%

Aclaraciones

Los alumnos que por cualquier causa, no hagan alguna de las actividades que dan calificación tendrán un 0 en este apartado.

Para superar la asignatura el alumno tendrá que haber obtenido una nota media final de las pruebas igual o superior a cinco, siempre que se haya sacado como mínimo un 4 de la segunda prueba de la evaluación continua.

Cuando el alumno no haya finalizado la evaluación continuada de la materia, pero haya realizado actividades de evaluación que supongan igual o menos del 50% de la calificación global de la asignatura, logrará una calificación final de "NO PRESENTADO".

De acuerdo con el arte. 3.1 de la normativa de evaluación de la UdL, el estudiante no puede utilizar, en ningún caso, durante la realización de las pruebas de evaluación, medios no permitidos o mecanismos fraudulentos. El estudiante que utilice cualquier medio fraudulento relacionado con la prueba y/o traiga aparatos electrónicos no permitidos, tendrá que abandonar el examen o la prueba, y quedará sujeto a las consecuencias previstas en esta normativa o en cualquier otra normativa de régimen interno de la UdL.

Evaluación alternativa

En caso de que un/a estudiante acredite documentalmente su imposibilidad de asistir a las actividades programadas dentro de la evaluación continuada (por trabajo remunerado, segunda o última matrícula de la asignatura, conciliación de la vida laboral y familiar y estancias de movilidad) podrá optar por una prueba única de validación de competencias y conocimientos que se realizará el día y en el horario establecido al calendario de evaluación del Grado para la prueba final de la evaluación ordinaria. La solicitud de esta modalidad evaluativa se tendrá que realizar antes de 31 de octubre de 2018 con acreditación documental y, una vez hecha, no se podrá modificar.

En la siguiente página web de la Facultad podréis encontrar el documento que tenéis que llenar y entregar al profesor responsable de la asignatura

<http://www.fdet.udl.cat/export/sites/Fdet/ca/.galleries/Documents/Secretaria-documents/Solicitud-davaluacio-alternativa.pdf>

Bibliografia i recursos d'informació

Bibliografia recomanada

Lickorish, Leonard J. (DL 2000). *Una Introducción al turismo*. Madrid: Síntesis.

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC 2018-19

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* . Bellcaire: 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.