



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT

ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC

Coordinació: DARIES RAMON, NATÀLIA

Any acadèmic 2019-20

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
	Doble titulació: Grau en Administració i Direcció d'Empreses i Grau en Turisme (ADETUR 2016)	1	TRONCAL
	Doble titulació: Grau en Administració i Direcció d'Empreses i Grau en Turisme (ADETUR 2019)	1	TRONCAL
	Grau en Turisme	1	TRONCAL
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'EMPRESES		
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		

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
DARIES RAMON, NATÀLIA	natalia.daries@udl.cat	3	
MARTÍ SIMÓ, NÚRIA	nuria.marti@udl.cat	3	

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 aconseguixi 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
4. Turisme Sostenible: principis i criteris de sostenibilitat en empreses i destinacions turístiques

PART 2. L'OFERTA AIS 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'informació

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

TEMA 5. 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

TEMA 6. 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 7. El transport turístic

1. Transport terrestre
2. Transport aquàtic
3. Transport aeri

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 2019-20

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
1	Antecedents, concepte i formes de turisme Introducció i característiques del mercat turístic	Classe magistral	3,5	Estudi	10
2	Recursos i productes turístics (introducció, valorització recursos, etc.).	Classe magistral Casos pràctics	3,5	Estudi Cas pràctic	11
3	Demanda turística (factors, nacional i internacional) Destinacions turístiques (tipologies de classificació, elecció)	Classe magistral Pràcticas a l'aula d'informàtica	3,5	Estudi Buscar dades estadístiques sobre demanda i despesa	15
4-15	La oferta turística (allotjament, intermediació, transport i informació)	Classe magistral Visita hotel i/o agència	28,5	Estudi Cas pràctic Intervenció crítica	25
16-18	Turisme genèric i de turisme específic	Classe magistral Conferència	10,5	Buscar dades Treball pràctic Preparació de la presentació	25
9 i 19	Avaluació		7		

(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	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

Prova objectiva de continguts I	29%
Prova objectiva de continguts II	29%
Treball	15%
Pràctiques	15%
Intervencions Dirigides	12%

Aclariments

Els alumnes que per qualsevol causa, no facin alguna de les activitats que donen qualificació tindran un 0 en aquest apartat.

Per superar l'assignatura l'alumne haurà d'haver obtingut un nota mitjana final de les proves igual o superior a cinc, sempre que s'hagi tret com a mínim un 4 de la segona prova de l'avaluació contínua.

Quan l'alumne no hagi finalitzat l'avaluació continuada de la matèria, però hagi realitzat activitats d'avaluació que suposin igual o menys del 50% de la qualificació global de l'assignatura, aconseguirà una qualificació final de "NO PRESENTAT".

D'acord amb l'art. 3.1 de la normativa d'avaluació de la UdL, l'estudiant no pot utilitzar, en cap cas, durant la realització de les proves d'avaluació, mitjans no permesos o mecanismes fraudulents. L'estudiant que utilitzi qualsevol mitjà fraudulent relacionat amb la prova i/o porti aparells electrònics no permesos, haurà d'abandonar l'examen o la prova, i quedarà subjecte a les conseqüències previstes en aquesta normativa o en qualsevol altra normativa de règim intern de la UdL.

Avaluació alternativa

En cas que un/a estudiant acrediti documentalment la seva impossibilitat d'assistir a les activitats programades dins de l'avaluació continuada (per treball remunerat, segona o última matrícula de l'assignatura, conciliació de la vida laboral i familiar i estades de mobilitat) podrà optar per a l'avaluació alternativa que consisteix en dues proves de continguts i un treball de validació de competències i coneixements que es realitzaran en els dies i en l'horari establert del calendari d'avaluació del Grau per a la prova final de l'avaluació ordinària. La sol·licitud d'aquesta modalitat avaluativa s'haurà de realitzar abans de 31 d'octubre de 2018 amb acreditació documental i, una vegada feta, no es podrà modificar.

Prova I 40%

Prova II 40%

Treball 20%

A la següent pàgina web de la Facultat podreu trobar el document que heu d'omplir i lliurar al professor responsable de l'assignatura

<http://www.fdet.udl.cat/export/sites/fdet/ca/.galleries/Documents/Secretària-documents/Sollicitud-davaluacio-alternativa.p>

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* . 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.