

17-18

PROGRAMA DE DOCTORADO
INTERUNIVERSITARIO EN ECONOMÍA

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO: ANÁLISIS TEÓRICO Y MODELOS EMPÍRICOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CÓDIGO 25503145



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



9A4D7AEBAD2668FB5DAF3918E14F9D08

ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO:
ANÁLISIS TEÓRICO Y MODELOS
EMPÍRICOS DEL COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR
CÓDIGO 25503145

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA
ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO: ANÁLISIS TEÓRICO Y MODELOS EMPÍRICOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Código	25503145
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	PROGRAMA DE DOCTORADO INTERUNIVERSITARIO EN ECONOMÍA (máster seleccionado) / MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA
Tipo	
Nº ETCS	0
Horas	0.0
Periodo	SEMESTRE
Idiomas en que se imparte	

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Análisis Económico del Turismo: Análisis teórico y modelos empíricos del comportamiento del consumidor es una asignatura del Máster Universitario de Investigación en Economía. Concretamente, está incluida en el Módulo de Economía Industrial y de los Servicios. Se estudia en el segundo cuatrimestre y pertenece al grupo de asignaturas optativas. Su carga docente es de 5 créditos ECTS, que suponen 125 horas de trabajo del estudiante.

Los contenidos de la asignatura pueden englobarse en siete bloques:

1. Introducción a la Economía del Turismo (definiciones, clasificaciones, medidas del volumen de turismo.
2. Impacto económico del turismo.
3. Incidencia de las TIC en el sector turístico.
4. Turismo colaborativo (Airbnb, UBER, etc.)
5. Demanda de turismo.
6. Competitividad de un destino turístico
7. Política turística.

Se trata de una asignatura que pretende profundizar en los determinantes de la demanda turística. Empieza por dar una visión panorámica del sector poniendo de manifiesto sus implicaciones tanto a nivel económico como medioambiental. Asimismo se destaca, en todo momento, la importancia crucial que este sector tiene en el caso de España al que se dedica especial atención. Una vez explicados estos temas, nos centramos en la demanda turística estudiando los modelos teóricos que se han venido utilizando así como los resultados de los diferentes trabajos empíricos llevados a cabo. Finalmente, apoyándonos en las conclusiones de dichos modelos, se valorarán las posibles estrategias de las empresas y se evaluarán las diversas medidas en materia de política turística.



REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Resulta muy conveniente haber adquirido previamente los conocimientos abordados en las asignaturas siguientes:

1. ECONOMETRÍA APLICADA
2. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA
3. MICROECONOMÍA

Además, al alumno se le supone un nivel de inglés suficiente para que le permita comprender lo que lee en dicho idioma.

NOTA: estos requisitos son imprescindibles para cualquier persona que pretenda llevar a cabo cualquier tipo de investigación en economía. Por tanto, pueden considerarlos una inversión que rentabilizarán rápidamente.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

MARIA TERESA GARIN MUÑOZ
mgarin@cee.uned.es
91398-7814
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ANÁLISIS ECONÓMICO

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El servicio de consulta de la asignatura se realizará preferentemente a través de Internet (Curso Virtual y Correo Electrónico). Los mensajes recibidos se contestarán al menos una vez a la semana durante los períodos lectivos.

Correo electrónico: mgarin@cee.uned.es

Las consultas telefónicas y presenciales tendrán lugar en el despacho 2.33 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresas todos los jueves lectivos, correspondientes al segundo cuatrimestre del curso (febrero-junio), de 10 a 14 horas.

Teléfono: 91 398 78 14 (contestador automático).

La participación en los foros abiertos dentro del curso virtual es el medio más eficiente para realizar todo tipo de consultas y resolver las dudas que puedan plantearse en el estudio de la asignatura, porque los mensajes pueden ser leídos y contestados por todos los participantes: el profesor de la sede central, los profesores-tutores y los alumnos.

En caso de que los mensajes sean de carácter personal, se puede utilizar la herramienta correo del curso virtual para seleccionar a los destinatarios, o bien, si el mensaje se dirige exclusivamente al profesor de la asignatura, emplear la dirección de correo electrónico institucional que figura más arriba.



COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos de la asignatura se pueden cifrar en el siguiente conjunto de competencias:

1. Desarrollar habilidades para aplicar los principales conceptos microeconómicos a los agentes económicos que intervienen en el mercado turístico.
2. Capacidad para detectar y analizar el impacto macroeconómico del turismo a nivel mundial y por países.
3. Evaluar críticamente los avances prácticos y teóricos dentro de este campo de investigación.
4. Comprender los trabajos de naturaleza cuantitativa que se publican en las revistas propias de su ámbito científico.
5. Aplicar técnicas econométricas que permitan identificar los principales factores determinantes de la demanda de turismo, así como cuantificar su incidencia.
6. Elaborar informes y asesorar en la toma de decisiones de política turística.
7. Elaborar informes y asesorar en la toma de decisiones a los empresarios del sector.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

La enseñanza de la asignatura se impartirá con la metodología a distancia adoptada por la UNED apoyada por el uso de las TIC. Por ello será importante que el alumno pueda tener acceso a un ordenador con conexión a internet. Las actividades formativas se distribuyen entre el trabajo autónomo, o tiempo que dedica el alumno en solitario para preparar y superar la asignatura, y el trabajo colaborativo con los docentes a través del Aula Virtual.

Al comienzo del curso se activará el Aula Virtual en la plataforma aLF. El alumno deberá registrarse y consultar toda la información relativa a la asignatura. En el Aula Virtual, encontrará los detalles relacionados con la programación de la asignatura, actividades prácticas a realizar, contenidos, enlaces a páginas web de interés, glosario de términos, etc.

La comunicación entre el equipo docente, los profesores tutores y los estudiantes se realizará a través de los foros definidos al efecto y del correo electrónico del aula virtual.



SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

En esta asignatura por sus características, no se proporciona una bibliografía básica, sino que el alumno tendrá a su disposición en el aula virtual una colección de artículos y materiales preparados específicamente para preparar las distintas partes en las que se divide la asignatura. No obstante se recomiendan los siguientes libros:

Sinclair, M. T., M. Stabler y A. Papatheodorou (2010). *The Economics of Tourism*, 2nd edition. Routledge, London.

Swarbrooke, J. y S. Horner (2006). *Consumer Behaviour in Tourism*, 3rd edition. Butterworth-Heinemann, ed. (disponible online a través de SCIENCE DIRECT).

Tisdell, Clement A. (2013). *Handbook of Tourism Economics: analysis, new applications and case studies*. World Scientific Publishing Company, Singapore.

Asimismo, se facilitan los siguientes enlaces que pueden ser de gran interés:

<http://www.world-tourism.org> Organización Mundial del Turismo

<http://www.ine.es> Instituto Nacional de Estadística

<http://www.iet.tourspain.es> Instituto de Estudios Turísticos

<http://www.wttc.org> World Travel and Tourism Council

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9789814327077

Título:HANDBOOK OF TOURISM ECONOMICS

Autor/es:Tisdell, Clement A. ;

Editorial:WORLD SCIENTIFIC

Se anunciará en el curso virtual y, en la medida de lo posible, se colgará para ser utilizada gratuitamente por los alumnos. Además, se incluyen aquí algunas de las publicaciones de la profesora sobre la materia objeto de estudio:

1. **An Econometric Model of International Tourism Flows to Spain.***Applied Economics Letters*, 2000, vol. 7, págs. 525-529. (En colaboración con T. Pérez Amaral).
2. **Madrid as a Tourist Destination: Analysis and Modelization of Inbound Tourism.** *International Journal of Tourism Research*, 2004, vol. 6 (4), págs. 289-302.
3. **Inbound International Tourism to Canary Islands - a dynamic panel data model.** *Tourism Management*, 2006, vol. 27 (2), págs. 281-291.
4. **German Demand for Tourism in Spain.** *Tourism Management*, 2007, vol. 28 (1), págs. 12-22.



5. **Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data.** *Tourism Management*, 2007, vol. 28 (5), págs. 1224-1235. (En colaboración con Luís F. Montero Martín).
6. **Tourism in Galicia: Foreign and domestic demand.** *Tourism Economics*, 2009, vol. 15 (4), págs. 753-769.
7. **Internet usage for travel and tourism. The case of Spain.** *Tourism Economics*, 2011, vol. 17 (5), págs. 1071-1085.
8. **Cambios en las tendencias del turismo internacional y sus implicaciones para la economía española.** *Papeles de Economía Española*, 2008, vol. 116, págs. 79-93.
9. **La demanda de turismo británico en España.** *Boletín Económico del ICE*, 2011, vol. 3010, págs. 49-62.
10. **Comportamiento turístico de los residentes en España: Un análisis de la participación.** *Papeles de Economía Española*, 2011, vol. 128, págs. 122-139. (En colaboración con M.J. Moral).
11. **La exclusión social desde la perspectiva del turismo.** El caso de España. *Panorama Social*, vol. 14, págs. 78-88. (En colaboración con M.J. Moral).

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Para preparar esta asignatura, el estudiante tiene a su disposición diversos medios de apoyo. Entre ellos, destacamos:

1. **Equipo docente.** Estará a disposición de los estudiantes en el horario lectivo, para orientar en el estudio de la asignatura y resolver cuantas dudas puedan surgir.
2. **Aula virtual.** Ya hemos hablado de ella en el apartado dedicado a la Metodología. Es un punto de apoyo fundamental para el estudiante. A través del Aula Virtual, los estudiantes podrán, entre otras cosas, disponer de:
 - Foros para consultar dudas al Equipo Docente, dejar comentarios y opiniones, y contactar con otros compañeros de asignatura
 - Información adicional sobre cada tema
 - Preguntas frecuentes
 - Información sobre las actividades de evaluación continua
3. **Clases AVIP.** La profesora de la asignatura programará algunas clases que puedan servir de ayuda y orientación para el seguimiento de la materia.



4. Internet. Existen muchos recursos en Internet que pueden ayudar en el estudio de esta materia y que se irán indicando en el aula virtual.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

