7-08

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



ESTRUCTURA ECONOMICA DE LOS MERCADOS TURISTICOS

CÓDIGO 01562073

UNED

7-08

ESTRUCTURA ECONOMICA DE LOS MERCADOS TURISTICOS

CÓDIGO 01562073

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

El objetivo global de la asignatura es conseguir que el alumno adquiera la capacidad y el hábito para analizar y comprender la estructura y el funcionamiento de los mercados turísticos desde un punto de vista económico. Para ello, se utiliza la metodología del razonamiento económico aplicado que permite progresivamente y de forma autónoma llegar a explicar, entender e interpretar los hechos y cifras del turismo tanto en el ámbito internacional como nacional.

CONTENIDOS

El programa abarca tres partes o bloque temáticos:
En la primera parte, de carácter introductoria, se presenta una visión global del turismo en la economía actual. Se exponen los principales instrumentos de análisis de la actividad económica del turismo que van a permitir examinar los flujos turísticos internacionales y evaluar su impacto sobre el crecimiento económico.
En la segunda parte, se aborda la estructura y el funcionamiento de los mercados turísticos. El interés primordial reside en el estudio del comportamiento de la demanda y de la oferta turística. Para ello, se analizan los factores que determinan la decisión de los consumidores y de los productores y oferentes del producto turístico.
Por último, con los conocimientos adquiridos en las partes precedentes se aborda el estudio del sector turístico en España caracterizando, primero, el sector desde distintos criterios (tipo de producto, zona geográfica, …), para posteriormente evaluar las fortalezas y debilidades de nuestro sector turístico y cuáles son los retos a los que se enfrenta en el futuro.
El programa de la asignatura es el siguiente:

PARTE I: EL TURISMO EN LA ECONOMÍA CONTEMPORÁNEA
- Lección 1. Las magnitudes del turismo
- Lección 2. Los flujos turísticos y el crecimiento económico.
- Lección 3. Los flujos turísticos en la economía internacional.

PARTE II: LA ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS.
- Lección 4. La demanda de turismo.
- Lección 5. La oferta de turismo.
- Lección 6. Los mercados turísticos.

PARTE III: EL TURISMO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA
- Lección 7. El sector turístico en España (I).
- Lección 8. El sector turístico en España (II).
- Lección 9. El sector turístico en España (III).

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	JOSE HUMBERTO LOPEZ MARTINEZ
Correo Electrónico	jlopez@cee.uned.es
Teléfono	7830/7888
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA E HISTORIA ECONÓMICA

Nombre y Apellidos	GLORIA TRINIDAD DEOCON
Correo Electrónico	gtrinidad@cee.uned.es
Teléfono	91398-7842
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA E HISTORIA ECONÓMICA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436253139
Título:ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS: FLUJOS, SECTORES Y PRODUCTOS (1ª)
Autor/es:Pedrosa Rodríguez, Mónica ; Moral Rincón, Mª José ; Barquín Gil, Rafael ;
Editorial:U.N.E.D.

ISBN(13):9788488533678
Título:LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS (1ª)
Autor/es:Díaz, Sergio ; Salido Herraiz, Javier ; Iranzo Martín, Juan Emilio ; Martínez De Dios, José ; Pedrosa Rodríguez, Mónica ; Izquierdo Llanes, Gregorio ;
Editorial:INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

La totalidad del programa se prepara con dos libros elaborados por el Equipo Docente:

• IRANZO, J. y otros: Estructura Económica de los Mercados Turísticos, Instituto de Estudios Económicos, Madrid, 2003.

Los capítulos 1, 2 y 3 se utilizan para preparar la Parte I del programa. Los capítulos 4, 5 y 6 se utilizan para preparar la Parte II y, por último, los capítulos 7, 8 y 9 para la Parte II.

• UNIDAD DIDÁCTICA: Estructura Económica de los Mercados Turísticos: Flujos, sectores y productos, UNED, Madrid, 2006.

Los capítulos 1 y 3 se utilizan para preparar la Parte I. Los capítulos 5, 6, 7 y 8 se utilizan para preparar la Parte II. Por último, los capítulos 2, 4, 9, 10, 11, 12 y 13 para preparar la Parte III.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Además de las referencias bibliográficas citadas en los libros recomendados como textos básicos, se recomienda al alumno que lea los informes que elabora el Instituto de Estudios Turísticos o la Organización Mundial del Turismo, entre otros.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La materia objeto de examen comprenderá la TOTALIDAD DE LOS DOS LIBROS. El examen será tipo test y constará de 20 preguntas con cuatro respuestas, de las que únicamente una será válida. Las preguntas pueden referirse a datos o gráficos que se adjunten en el propio examen, por lo que se permitirá una calculadora NO PROGRAMABLE en el examen. En el curso virtual se irán dando ejemplos de preguntas en cada uno de los temas del programa.
Cada respuesta correcta puntará 0,5 puntos y cada error se penalizará con 0,2 puntos, mientras que las preguntas no contestadas no penalizarán. El examen se contestará en una hoja de lectura óptica que se entregará en el momento de la prueba. Se recomienda que se rellene cuidadosamente dicha hoja de lectora, ya que cualquier error u omisión de datos retrasará la calificación.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El servicio de consulta de la asignatura tiene lugar los miércoles de 16 a 20 horas, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, planta 3ª, despachos 3.3 y 3.4. Paseo Senda del Rey 11, Madrid 28040.
Tel.: 91 398 63 24.

OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS

La nota del examen será la única referencia para evaluar la asignatura, que se aprobará con 5 puntos. Las calificaciones inferiores implicarán que la asignatura queda pendiente.
Las calificaciones podrán consultarse en el Servicio Automatizado de Notas de la UNED, tel.: 902 252 642, óen Internet.

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 se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.