

21-22

MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA

# GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



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

**CÓDIGO 25503145**

**UNED**

21-22

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	2021/2022
Título en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

## PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

**Análisis Económico del Turismo** 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, fuentes estadísticas).
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.

La asignatura **Análisis Económico del Turismo** pertenece a la especialidad de **Economía Industrial y de los Servicios** del Máster de Investigación en Economía.

Se trata de una materia que tiene por objeto brindar la formación necesaria para que el estudiante conozca la relevancia del sector a nivel mundial y para el caso de España. Pero, además, intenta enseñar al estudiante a elaborar e interpretar los modelos econométricos de

demanda turística. De la interpretación de dichos modelos, se extraerán una serie de recomendaciones de política económica, en general, y de política turística, en particular. Por tanto, todos los contenidos referentes a la realidad del sector se aprenden con el estudio de nuestro temario y, por tanto, no existen requisitos previos para este particular. Sin embargo, sí que es necesario tener una mínima formación de Microeconomía y Econometría. Las asignaturas de Microeconomía y Econometría correspondientes al primer cuatrimestre de esta especialidad (Economía Industrial y de los Servicios) son una base suficiente para abordar el estudio de esta asignatura. También es conveniente el conocimiento a nivel de usuario de algún paquete econométrico como puede ser STATA. Al no existir mucha bibliografía en español, parte de la bibliografía que se recomienda está en inglés. Así pues, es importante un conocimiento de inglés que permita al estudiante abordar el estudio de algunos textos que se presentan en este idioma.

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.

## **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. MICROECONOMÍA

## 3. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA

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

MARIA TERESA GARIN MUÑOZ

Correo Electrónico

mgarin@cee.uned.es

Teléfono

91398-7814

Facultad

FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Departamento

ANÁLISIS ECONÓMICO

Nombre y Apellidos

ADRIÁN MENDIETA ARAGÓN

Correo Electrónico

amendieta@cee.uned.es

Teléfono

91398-6363

Facultad

FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Departamento

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. Cuando el equipo docente lo estime oportuno, se podrán realizar reuniones con TEAMS.

Correo electrónico: mgarin@cee.uned.es

Las consultas telefónicas y presenciales tendrán lugar todos los jueves lectivos, correspondientes al segundo cuatrimestre del curso (febrero-junio), de 10 a 14 horas.

### **Dirección:**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Despacho 2.33

Paseo Senda del Rey, 11

28040 MADRID

**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

### COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS GENERALES

CG01 - Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios

CG02 - Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta y limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG04 - Adquirir habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido y autónomo.

CG05 - Desarrollar el razonamiento crítico y la capacidad para realizar análisis y síntesis de la información disponible.

CG06 - Gestionar autónomamente y de forma autorregulada su trabajo.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01 - Saber identificar las necesidades y demandas de los contextos en los que se exige la aplicación de herramientas metodológicas y aprender a proponer soluciones adecuadas.

CE02 - Desarrollar el razonamiento y pensamiento crítico y la capacidad para realizar análisis de la realidad económica.

CE03 - Preparar los datos para el análisis y aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a la práctica mediante la modelación económica, lo que implica conocer las diferentes herramientas de análisis así como su utilidad y aplicabilidad en cada contexto.

CE04 - Resolver problemas económicos en entornos nuevos o poco conocidos.

CE05 - Aprender a tomar decisiones y proponer soluciones apropiadas basándose en los modelos económicos estudiados.

CE06 - Manejar con soltura las Tecnologías de Innovación y Comunicación (TIC), aplicadas al área de Economía.

CE07 - Obtener información de forma efectiva lo que implica ser capaz de buscar, gestionar organizar y analizar la información bibliográfica relevante.

CE08 - Mantener un compromiso ético como investigador en la realización de trabajos.

CE09 - Adquirir habilidades para el inicio y desarrollo de la tesis doctoral.

CE10 - Desarrollar habilidades para evaluar la investigación proyectada por otros profesionales.

CE11 - Llegar a ser capaz de diseñar investigaciones propias en el ámbito del itinerario correspondiente.

CE12 - Conocer los principales modelos teóricos que subyacen en los diversos ámbitos específicos de la investigación.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como resultados del aprendizaje, el estudiante al terminar el estudio de la materia, estará capacitado para:

1. Entender las decisiones de los agentes que intervienen en el mercado turístico.
2. 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

### BLOQUE 1 . INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DEL TURISMO

A modo de introducción se presentan estos cuatro temas que tratan de familiarizar al estudiante con este sector. Por ello, se le ofrece una brevísima visión histórica así como una panorámica de la situación reciente del turismo en España y en el mundo. Todo ello sin olvidar mencionar las fuentes de datos existentes.

CAPÍTULO 1 Breve historia del turismo

CAPÍTULO 2 Estadísticas del Turismo en España

CAPÍTULO 3 Datos recientes Turismo Mundial en España

CAPÍTULO 4 Evolución y tendencias del turismo

## BLOQUE 2: IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

En este bloque se estudian los efectos económicos del turismo. Es bien sabido que en el caso de España esa dependencia es enorme y, por ello, le dedicaremos especial atención.

CAPÍTULO 5 El multiplicador del turismo

CAPÍTULO 6 Impacto económico del turismo en España

## BLOQUE 3. INCIDENCIA DE LAS TIC EN EL SECTOR TURÍSTICO

El desarrollo del sector turístico ha ido siempre muy de la mano del desarrollo de las nuevas tecnologías. Inicialmente fue el establecimiento de los Computer Reservation Systems en la década de los 70 y los Global Distribution Systems a fines de la década de los 80 lo que transformó drásticamente las prácticas y estrategias de la industria. Más recientemente, el desarrollo de Internet a fines de la década de los 1990 ha provocado un cambio profundo en las estrategias comerciales y los hábitos de consumo.

CAPÍTULO 7 Efectos de las TIC sobre la demanda turística.

CAPÍTULO 8 Efectos de las TIC sobre la oferta turística y la estructura del mercado.

## BLOQUE 4: TURISMO COLABORATIVO

La enorme popularidad alcanzada por las soluciones de tipo colaborativo, nos han llevado a dedicarle estos 2 capítulos. En ellos analizaremos sus implicaciones y el gran debate que su existencia ha suscitado.

CAPÍTULO 9 La economía colaborativa y sus implicaciones en el sector turístico.

CAPÍTULO 10 Plataformas con fuerte implantación en el sector (UBER, Airbnb, etc.). ¿Es necesaria la regulación?

## BLOQUE 5: DEMANDA DE TURISMO

La enorme popularidad alcanzada por las soluciones de tipo colaborativo, nos han llevado a dedicarle estos 2 capítulos. En ellos analizaremos sus implicaciones y el gran debate que su existencia ha suscitado.

CAPÍTULO 11 Principales determinantes del volumen de turismo.

CAPÍTULO 12 Análisis de los resultados obtenidos en algunos modelos empíricos.

Comentarios de los resultados de algunos trabajos con datos españoles.

CAPÍTULO 13 La satisfacción del consumidor turístico.



## BLOQUE 6: COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO TURÍSTICO

Estos dos temas nos presentan los principales aspectos que se incluyen en un indicador de competitividad turística y, en base a ello, analiza la competitividad del sector turístico en España.

CAPÍTULO 14 Indicadores para medir la competitividad

CAPÍTULO 15 La competitividad del sector turístico español

## BLOQUE 7: POLÍTICA TURÍSTICA

Una vez analizado el turismo desde diversas vertientes, en este último bloque se reflexiona sobre diversos aspectos de política turística.

CAPÍTULO 16 El turismo como instrumento para el desarrollo económico. Instrumentos de Política Turística: estudio de casos y experiencia comparada

CAPÍTULO 17 Nuevas Estrategias de Política Turística. Especialización, territorio y oferta complementaria. Diferenciación del producto turístico: calidad, servicio, imagen de marca.

CAPÍTULO 18 Regulación

## 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. Cuando el equipo docente lo estime oportuno se realizarán presentaciones por parte de la profesora sobre temas que se consideren de interés. Se trata de propiciar el debate dentro del grupo.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen

No hay prueba presencial

### CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad

No

Descripción

La evaluación del aprendizaje se llevará a cabo mediante las siguientes tres actividades:

**Prueba 1. Prueba de ensayo sobre los contenidos de los Bloques 1 y 2**

**Fecha:** aproximadamente un mes después de iniciado el curso.

**La calificación** de esta prueba representará el 10% de la nota final de la asignatura

**Prueba 2. Presentación oral sobre algún aspecto de los contenidos Bloques 3 y 4**

El alumno presentará una grabación oral de 10 minutos sobre un aspecto que le interese de entre los contenidos de estos bloques (TICs y Turismo y Turismo colaborativo). Todos ello acompañado de su correspondiente PowerPoint.

**Fecha:** aproximadamente dos meses después de iniciado el curso.

**La calificación** de esta prueba representará el 30% de la nota final de la asignatura

**Prueba 3. Elaboración de un trabajo relativo a los contenidos de los Bloques 5, 6 y 7.**

Las indicaciones generales de cómo organizar y realizar el trabajo se colgarán oportunamente en el curso virtual. Además, la profesora orientará personalmente a cada estudiante una vez seleccionado el trabajo que llevará a cabo.

**Fecha:** Final de curso.

**La calificación** de esta prueba representará el 60% de la nota final de la asignatura

### Criterios de evaluación

La calificación final de la asignatura se basará en las tres pruebas realizadas a lo largo del curso.

**En todo caso, debe quedar claro que se valorarán, no solamente los resultados, sino también la forma de presentarlos. Tablas, figuras, mapas y bibliografía deben ser cuidadosamente tratados. Con ello se trata de que el estudiante, además de avanzar en su conocimiento de la economía del turismo, adquiera las competencias de como redactar y presentar un artículo.**

**En la presentación oral se considerará la capacidad de síntesis del alumno así como su eficacia a la hora de transmitir conocimientos.**

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final      NOTA GLOBAL= 0,1 (Prueba 1) + 0,3 (Prueba 2) + 0,6 (Prueba 3).

Fecha aproximada de entrega

PRUEBA 1: 16/03/2022; PRUEBA 2: 20/04/2022; PRUEBA 3: 10/06/2022

Comentarios y observaciones

**PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)**

¿Hay PEC? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

**OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES**

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? Si, no presencial

Descripción

**Prueba 1. Prueba de ensayo sobre los contenidos de los Bloques 1 y 2**Fecha: aproximadamente un mes después de iniciado el curso.La calificación de esta prueba representará el 10% de la nota final de la asignatura**Prueba 2. Presentación oral sobre algún aspecto de los contenidos Bloques 3 y 4**  
**El alumno presentará una grabación oral de 10 minutos sobre un aspecto que le interese de entre los contenidos de estos bloques (TICs y Turismo y Turismo colaborativo). Todos ello acompañado de su correspondiente PowerPoint.**Fecha: aproximadamente dos meses después de iniciado el curso.La calificación de esta prueba representará el 30% de la nota final de la asignatura**Prueba 3. Elaboración de un trabajo relativo a los contenidos de los Bloques 5, 6 y 7.****Las indicaciones generales de cómo organizar y realizar el trabajo se colgarán oportunamente en el curso virtual. Además, la profesora orientará personalmente a cada estudiante una vez seleccionado el trabajo que llevará a cabo.**Fecha: Final de curso.La calificación de esta prueba representará el 60% de la nota final de la asignatura

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación se especificarán para cada una de las pruebas.

Ponderación en la nota final Prueba 1= 10% de la nota final Prueba 2= 30% de la nota final Prueba 3= 60% de la nota final

Fecha aproximada de entrega PRUEBA 1: 16/03/2022; PRUEBA 2: 20/04/2022; PRUEBA 3: 10/06/2022

Comentarios y observaciones

**¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?**

NOTA GLOBAL= 0,1 (Prueba 1) + 0,3 (Prueba 2) + 0,6 (Prueba 3).

## 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.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9780415459396

Título:THE ECONOMICS OF TOURISM (2nd)

Autor/es:Sinclair, M. T. ; A. Papatheodorou ; M. Stabler ;

Editorial:: ROUTLEDGE

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

### RECURSOS DE APOYO

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.

### WEBGRAFÍA

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

---

## 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.