

GUÍA DOCENTE

COMPETENCIAS

CG1	Dominar las técnicas que le permitan obtener y analizar información relacionada con la empresa y su entorno, evaluar su relevancia y validez, saber sintetizarla, y tener capacidad de adaptarla a contextos organizativos complejos.
CG2	Poseer y comprender conocimientos actualizados de gestión empresarial que permitan identificar problemas de gestión reales potencialmente complejos, diagnosticarlos y modelizarlos integrando conocimientos de distintas materias, y proponer soluciones novedosas de forma razonada en diferentes entornos organizativos (empresas, organizaciones sin ánimo de lucro, administraciones públicas o ejercicio libre de la profesión).
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
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.
CT3	Adquirir la capacidad para trabajar en entornos de presión, permitiendo un adecuado desempeño profesional en situaciones complejas en las que se está sometido a escasez de tiempo, presiones internas y externas, etc.
CE14	Ser capaz de identificar y analizar el procedimiento operativo de empresas turísticas.

OBJETIVOS

1. Conocer el contexto económico en el que se desarrolla el sector turístico.
2. Conocer el procedimiento operativo de empresas del sector turístico.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

1. Tendencias turísticas, características y tipología.
2. Análisis económico del turismo. Aspectos macroeconómicos.
3. Entidades públicas y privadas relacionadas con el sector turístico.
4. Caracterización y análisis de la demanda turística.
5. La oferta turística: oferta básica y complementaria.
6. Principales destinos turísticos en España.
7. Principales destinos turísticos en el Resto del Mundo.
8. Introducción a la gestión de empresas turísticas.
9. Gestión de empresas de alojamiento y restauración.
10. Gestión de empresas de intermediación.
11. Gestión de otros productos y eventos.

2. Contenidos prácticos

Cada tema va acompañado de supuestos prácticos para un mejor entendimiento de los conceptos.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Educación de calidad
Trabajo decente y crecimiento económico
Producción y consumo responsables



GUÍA DOCENTE

METODOLOGÍA

Aclaraciones

Para los estudiantes a tiempo parcial se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de la misma como en su evaluación. La adaptación del estudiante a tiempo parcial a la asignatura se llevará a cabo de mutuo acuerdo entre el profesor responsable de la misma y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestre.

Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de evaluación</i>	2
<i>Estudio de casos</i>	16
<i>Lección magistral</i>	12
<i>Total horas:</i>	30

Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Estudio</i>	40
<i>Trabajos individuales o en grupo</i>	30
<i>Total horas:</i>	70

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos
Presentaciones PowerPoint
Referencias Bibliográficas

Aclaraciones

Todo el material de la asignatura estará disponible en la plataforma Moodle.

EVALUACIÓN

Instrumentos	Porcentaje
Casos y supuestos prácticos	15%
Examen tipo test	35%
Trabajos y proyectos	50%

GUÍA DOCENTE

Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Hasta septiembre.

Aclaraciones:

El estudiante que no supera la asignatura en junio, realizará un examen en septiembre de las partes de la asignatura que tenga suspensas.

Aclaraciones:

BIBLIOGRAFIA

1. Bibliografía básica

Del Alcázar Martínez, B. (2002). Los Canales de Distribución en el Sector Turístico. Esic Editorial.

García-Delgado, J.L., y Myro, R. (2015). Lecciones de Economía Española. Thomson Rueters, Madrid.

MINETAD (2012). Turismo 2020, Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2012). Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial. Servicio de Publicaciones de la OMT, Madrid.

Revista hosteltur.com, e-comunicación para el turismo del futuro.

SAVIA, Revista de Economía y Gestión de Viajes. Amadeus España.

2. Bibliografía complementaria

Albert Piñole, I. (1999). Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces SA.

Antón, C., Camarero, C., y Laguna-García, M. (2017). Towards a new approach of destination loyalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivation. *Current Issues in Tourism*, 20 (3), 238-260.

Cànoves Valiente, G., y Prat Forga, J. M. (2016). Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural. *Boletín de la Asociación de Geógrafos de España*, 71, 431-454.

Correia, A., Kozak, M., y Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7 (4), 411-424.

Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.

Mitchell, R., y Hall, C. M. (2006). Wine tourism research: the state of play. *Tourism Review International*, 9 (4), 307-322.

Mitre Aranda, M. (2011). Producción, Intermediación Turística. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.

Organización Mundial del Turismo (2017). Second Global on Gastronomy Tourism. Servicio de Publicaciones de la OMT, Madrid.

Orgaz, F., Moral, S., López-Guzmán, T., y Cañero, P. (2017). Estudio de la demanda existente en torno al oleoturismo. El caso de Andalucía. *Cuadernos de Turismo*, 19, 437-453.

Oriade, A., y Robinson, P. (2017). *Rural Tourism and Enterprise: Management, Marketing and Sustainability*. CABI, Oxford.

Pedreño-Muñoz, A. (1996). Introducción a la economía del turismo en España. Civitas, Madrid.

Pérez, J. C., Torres-Naranjo, M., López-Guzmán, T. y Carvache, M. (2017). Tourism demand of a WHS destination: an analysis from the viewpoint of gastronomy. *International Journal of Tourism Cities*, 3 (1), 1-16.

Robinson, P., Heitmann, S., y Dieke, P. (2010). *Research Themes for Tourism*. Oxford, CABI.

GUÍA DOCENTE

Sáez-Cala, A., Martín-Urbano, P., y Pulido-Fernández, J. I. (2006). Estructura económica del turismo. Editorial Síntesis, Madrid.

Valls, J. F. (2003). Las claves del Mercado turístico. Deusto, Bilbao.

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.