

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN TURISME I GLL /GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI

300112 - ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Alex Araujo Batlle
- Curs: Primer
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Maria Armiñana Maristany <marminana@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català

Alguns documents poden estar en castellà.

Competències que es treballen

Bàsica

- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- CE6. Avaluar els potencials turístics i l'anàlisi prospectiva de la seva explotació a través de models de gestió innovadors.
- CE7. Analitzar, sintetitzar i resumir críticament la informació econòmic-patrimonial de les organitzacions turístiques.
- CE18. Comprendre les característiques de la gestió del patrimoni cultural i ser capaçs d'elaborar iniciatives innovadores per a la seva posada en valor com a atractiu turístic.
- CE19. Detectar les necessitats per a la planificació tècnica d'infraestructures i instal·lacions turístiques.

General

- CG3. Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.
- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins a arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per a aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

Transversal

- CT3. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

Es tracta d'una introducció al turisme, és un aterratge del alumne al món del turisme, on es tracten qüestions tan diverses com les seves vessants econòmiques, socials, culturals i mediambientals. Quines són les necessitats dels turistes i com s'articula l'oferta i la demanda turística i les polítiques turístiques per aconseguir la satisfacció del turista. i analitzar cap a on va el sector del turisme.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Resultats d'aprenentatge

- Comprendre els principis del turisme en la seva dimensió espacial, social, cultural, política
- Avaluar els impactes del turisme
- Reconèixer les característiques principals de la demanda turística dins de cada segment de mercat, i les principals empreses que conformen l'oferta

Metodologia de treball

Sessions teòriques: classes magistrals per part de la professora amb la participació de l'alumnat

Aprenentatge autònom: cerca d'informació i lectura crítica d'articles

Aprenentatge dirigit: seminaris i treball individual

Continguts

1.- Introducció al mercat turístic: Conceptes bàsics, definicions clau, elements bàsics, classificacions, efectes del turisme, capacitat de càrrega i el turista.

2. Estructura del mercat turístic i política turística . Oferta i demanda turística, tendències turístiques i producte turístic, tipologies de turisme, turisme temàtic, així com la política turística al estat espanyol i les CCAA, en especial Catalunya.

3.- Economia del turisme: Efectes econòmics del turisme, La OMT amb les dades turístiques i els seus.

4.- Serveis turístics : Els principals serveis turístics , allotjaments, serveis de restauració, transports turístics , Agències de viatges i TTOO.

5.- Geografia del turisme : Principals àrees d'atracció turística mundial, principals nuclis turístics , tipus de turisme i estratègies geogràfiques i altres tipus de turisme.

Activitats d'aprenentatge

Sessions teòriques

Treballs en grup

Treballs individuals

Participació en les activitats de classe setmanalment debats i discussions .

Sistema d'avaluació

Treballs grupals: 30% de la nota . No són recuperables

Treball individual: 20% de la nota . No és recuperables .

Prova final: 50% de la nota

Per **aprovar l'assignatura s'ha d'obtenir una nota mitja igual o superior a 5**. En cas de suspens solament es podrà recuperar la prova final.

Per accedir a la recuperació es necessari haver-se presentat a la prova final

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- Bigné E, (2000) " Marketing de destinos turísticos " ESIC Madrid
- Montaner J, (2000) " Estructura del mercado turístico " Ed. Sintesis Madrid.
- Olmos, L, Garcia R, (2016). " Estructura del mercado turístico" Ediciones Paraninfo.
- Valls J F, (2004) "Gestió de destins turístics sostenibles" Ediciones Gestión 2000

Complementaris

Bibliografies

- Maimí B, Vergés A, (2010), " Aplicación innovadora de las TICS en el desarrollo de territorios turísticos emergentes " Consell comarcal del Maresme.
- Vall J F , (2003) , " Gestión de empresas de turismo y ocio " Ediciones Gestión 2000