

## 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:
  - Alex Araujo Batlle [<caaraujo@tecnocampus.cat>](mailto:caaraujo@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. Confiam 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