

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

### 380003 - ESTRUCTURA DEL MERCAT TURÍSTIC

#### Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Judith Turrión Prats
- Curs: Primer
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
  - àlvar Sáez Puig <[casaezp@tecnocampus.cat](mailto:casaezp@tecnocampus.cat)>

#### Idiomes d'impartició

- Català

Alguns documents poden estar en castellà.

Alguns documents poden estar en anglès.

#### Competències que es treballen

##### Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- CB2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.

##### Específica

- CE1. Interpretar els principis del turisme pel que fa a la seva dimensió espacial, social, cultural, política, laboral i econòmica i identificar les tipologies d'espais i destinacions turístiques i els principals agents turístics que operen en ells, tant públics com privats.
- CE17. Reconèixer detalls del funcionament de les destinacions, estructures turístiques i els seus sectors empresarials a nivell mundial.
- CE2. Analitzar els impactes que genera el turisme en els seus aspectes econòmics, socials i mediambientals i aportar solucions innovadores.

##### General

- CG2. Ser capaç de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva.
- CG3. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reevaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- CG4. Ser capaç d'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 de Turisme i Gestió de l'Oci contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

## Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT2. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT3. Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avaluï aquests arguments.
- CT5. Dominar les principals aplicacions de les eines informàtiques i les noves tecnologies per a l'activitat acadèmica ordinària.
- CT6. Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic.
- CT7. Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere per dissenyar sol·lucions.

## 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, tenint en consideració la perspectiva de gènere.
- Conèixer i aplicar les eines de la gestió de la qualitat relacionades amb el sector turístic.
- Avaluar els impactes del turisme.
- Reconèixer les característiques principals de la demanda turística dins de cada segment de mercat, i les empreses principals que conformen l'oferta.

## Metodologia de treball

---

MD 1. Sessions teòriques: classes magistrals per part de la professora amb la participació de l'alumnat.

MD11. Aprenentatge autònom: cerca d'informació i lectura crítica d'articles.

MD5 i MD6. 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

---

AF1. Sessions teòriques

AF3. Treballs en grup

AF4. Treballs individuals

AF2. Participació en les activitats de classe setmanalment debats i discussions .

## Sistema d'avaluació

---

Treballs grupals: 20% de la nota. No són recuperables.

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

Participació a classe: 10% de la nota. Es valorarà assistència i participació.

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, Enrique (2000). "Marketing de destinos turísticos". ESIC. Madrid
- Montaner, Jordi (2000). " Estructura del mercado turístico ". Ed. Síntesis. Madrid.
- Olmos, Lourdes i Garcia, Rafael (2016). " Estructura del mercado turístico". Ediciones Paraninfo.
- Valls, Josep Francesc (2004). "Gestió de destins turístics sostenibles". Ediciones Gestión 2000.

### Complementaris

#### Bibliografies

- Alonso, Julián; Martín,Eva, Pardo, Carlos (2009). "Geografía Turística Mundial". Ramón Areces. Madrid.
- Maimí, Benet i Vergés, Alex (2010). "Aplicación innovadora de las TICS en el desarrollo de territorios turísticos emergentes". Consell comarcal del Maresme.
- Valls, Josep Francesc (2003). "Gestión de empresas de turismo y ocio". Ediciones Gestión 2000.