



Estructura de la  
oferta turística

Grado en Turismo



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Estructura de la oferta turística

**Titulación:** Grado en Turismo

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano / Inglés

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 1º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Prof. Leslie Bravo Chew

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

##### Competencias generales:

- CG 1. Capacidad de gestión de cualquier tipo de información
- CG 6. Capacidad de organización y planificación de los procesos
- CG 9. Elevado razonamiento crítico
- CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares

##### Competencias específicas:

- CE 2. Analizar la dimensión económica del turismo. Saber reconocer cual es el alcance económico de las actividades turísticas en el mundo empresarial y social.
- CE 3. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas. Conocer las diferentes tipologías de instituciones y su organización interna que intervienen en el sector turístico o que, por su cercanía, pueden estar implicadas en el mismo.
- CE 4. Comprender los principios del turismo y su dimensión. Conocer los conceptos básicos del turismo, los aspectos directos e indirectos que influyen en el mismo, manejar fuentes de información, y todos aquellos conocimientos y herramientas que formen una base de la dimensión holística del turismo.
- CE 5. Reconocer los principales agentes del turismo. Identificar los principales agentes públicos y privados a nivel local, nacional e internacional que están implicados en el turismo y las interrelaciones entre los mismos.
- CE 6. Evaluar las capacidades potenciales del destino en cuanto a productos y destinos. Conocer y analizar el medio físico y humano en que puede desarrollarse la actividad turística así como los recursos que ofrece un territorio para la misma. Generar la capacidad para inventariar dichos recursos estableciendo la capacidad de carga de un futuro destino o producto turístico así como su sostenibilidad.
- CE 10. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas. Conocer y usar los recursos legales a nivel local y global que se ajustan a las actividades turísticas.
- CE 20. Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural. Adquirir una sensibilidad para reconocer y analizar los recursos patrimoniales, y conocer los mecanismos de interpretación y difusión que los pongan en valor.
- CE. 22. Comprender la demanda turística, así como los factores que han influido en su desarrollo, los efectos y tendencias que se manifiestan.

Para una asignatura como es esta también se contempla en la Memoria de Acreditación del título que el alumno adquirirá las siguientes competencias:

- Conocer los conceptos teóricos básicos del turismo así como comprender su carácter transversal a través del estudio de sus diferentes dimensiones: espacial, social, medioambiental, etc.
- Conocer la evolución del sector, los factores que han influido en su desarrollo, sus tendencias así como su importancia como motor de desarrollo económico
- Conocer la estructura del sector a través del análisis exhaustivo de los agentes que en él intervienen.
- Conocer las fuentes de información disponibles y aprender a interpretar la realidad sectorial a través del análisis de las mismas.
- Conocer la metodología necesaria para la creación de productos y servicios turísticos haciendo especial hincapié en el ámbito de la investigación de mercados así como en las herramientas de análisis estratégico en la concepción y desarrollo de nuevos productos turísticos exitosos.
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas. Conocer y usar los recursos legales a nivel local y global que se ajustan a las actividades turísticas.

### **1.2. Resultados de aprendizaje**

Por medio de las pruebas objetivas y de la realización de los trabajos de reflexión y análisis por parte del estudiante se pretende que éste demuestre comprender los factores y variables que intervienen en la creación de un producto turístico, así como los agentes y las políticas implicadas.

## **2. CONTENIDOS**

### **2.1. Requisitos previos**

No se considera ninguno en especial.

### **2.2. Descripción de los contenidos**

El objetivo fundamental es dar a conocer a los alumnos los conceptos más importantes relacionados con la actividad turística y proveerles de los conocimientos fundamentales para el análisis y conocimiento de las pautas de funcionamiento del mercado turístico desde la perspectiva de la oferta. Se pretende dotar a los futuros profesionales del sector de unos instrumentos y una metodología de análisis cuya utilidad deberá manifestarse en su tarea de gestión al frente de entidades públicas y privadas del sector turístico, en un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

Para lograr este objetivo primordial, los alumnos habrán de familiarizarse con una serie de conceptos a partir de los cuáles establecerán las relaciones básicas entre los diferentes factores que influyen e integran la estructura de la oferta turística.

### 2.3. Contenido detallado

**Presentación de la asignatura.**  
**Explicación de la Guía Docente.**

- 1. Introducción al turismo**
  - 1.1. Conceptos básicos, orígenes y evolución del turismo**
  - 1.2. El turismo como sistema.**  
Principales componentes de la oferta turística
- 2. Fuentes estadísticas y Big Data para el estudio del turismo**
- 3. La oferta turística de alojamiento**  
Tipologías de alojamientos y ordenación turística  
Nuevas tendencias en el alojamiento: economía colaborativa
- 4. La oferta de establecimientos de restauración**
- 5. La oferta de transporte**
- 6. Canales de intermediación y comercialización de productos**  
Tipologías de agencias de viajes  
Sistemas centralizados de reservas
- 7. Análisis y tendencias de la oferta turística**  
Los principales productos turísticos que componen la oferta turística

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida (AD1): *Análisis de datos y estadísticas* relacionadas con la oferta. Los alumnos, de manera individual, deben elaborar, analizar e interpretar los datos recogidos en tablas estadísticas.

Actividad Dirigida (AD2): *Búsqueda de información estadística a nivel autonómico*. Los alumnos, de manera individual, deben buscar datos estadísticos publicados por el INE acerca de una comunidad autónoma.

Actividad Dirigida (AD3): *Actividad relacionada con la oferta turística colaborativa a través de plataformas virtuales*.

Actividad Dirigida (AD4): *Trabajo final*. El objetivo principal del trabajo es conocer en profundidad la estructura de la oferta del mercado turístico de un destino. Para ello habrá que analizar toda la información disponible en las fuentes secundarias estadísticas. Los alumnos deberán entregar el trabajo impreso y también hacer una presentación oral en clase en el día asignado.

### 2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2. Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Exámenes parciales	10%
Examen final	50%

#### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

- AECIT (2018). *La actividad turística española en 2017*. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.
- BAYÓN MARINÉ, F. (1999). *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: Universitaria Ramón Areces, D.L.
- CASAS, J. M.; MARTOS, E. I.; TEJERA, I. (2018). *Estadística aplicada al turismo*. Madrid: Universitaria Ramón Areces, UNED.
- FEHR (2016). *Los sectores de la hostelería en 2015*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.
- FIGUEROLA, M. y MARTÍN, C. (coords.) (2019). *Modelos de gestión e innovación en turismo*. Cizur Menor (Navarra): Aranzadi: Thomson Reuters: Civitas.
- FIGUEROLA, M. (2000). *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Madrid: Civitas.
- FIGUEROLA, M. (2010). *2010, Hacia un nuevo turismo español: una reflexión sobre el futuro*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.
- GUNTER, U. y ÖNDER, I. (2016). Forecasting city arrivals with Google Analytics [Recurso electrónico], *Annals of tourism research*, v.61, 199-212.
- IGLESIAS, R.; TALÓN, P. y GARCÍA-VIANA, R. (2007). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.
- LÓPEZ, J. J. (Coord.) (2013). *La estructura económica de los mercados turísticos*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- LIZARRALDE, E. y FERRO, E. (dirs.) (2015). *Medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local*. Madrid: Escuela de Organización Industrial.
- MONTANER MONTEJANO, J. (1996). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Ed. Síntesis.
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (Dir.) (1996). *Introducción a la economía del Turismo en España*. Madrid: Civitas. *Tratados y Manuales*.
- VOGELER, C. y HERNANDEZ, E. (2003). *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

### Bibliografía recomendada

- DELOITTE (2018). *The hotel property Handbook 3.0, Investment & Financing Keys, Spain 2018*.
- EXCELTUR (2021). Balance empresarial del año 2020 y perspectivas para 2021, *Informe Perspectivas Turísticas*, 77.
- EXCELTUR (2015). Alojamiento turístico en viviendas de alquiler. Impactos sociales y económicos sobre los destinos españoles derivados del exponencial aumento del alquiler de viviendas turísticas de corta duración, impulsado por los nuevos modelos y canales de comercialización P2P.
- LÓPEZ, J. J. (Coord.) (2013). *La estructura económica de los mercados turísticos*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.

### Otros recursos

- Organización Mundial de Turismo [www.unwto.org/index\\_s.php](http://www.unwto.org/index_s.php)  
 World Travel and Tourism Council [www.wttc.org](http://www.wttc.org)  
 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

Comisión Europea – Eurostat [www.ec.europa.eu/eurostat](http://www.ec.europa.eu/eurostat)  
Asociación Internacional de Compañías Aéreas [www.iata.org](http://www.iata.org)  
International Hotel and Restaurant Association <http://www.ih-ra.com/>  
HOTREC. Hospitality Europe. <http://www.hotrec.eu/>  
International Association of Scientific Experts in Tourism [www.aiest.org](http://www.aiest.org)  
European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org/>  
Exceltur <http://www.exceltur.org>  
Instituto Nacional de Estadística [www.ine.es](http://www.ine.es)  
Instituto de Estudios Turísticos <http://www.iet.tourspain.es>  
Instituto para la Calidad Turística Española [www.icte.es](http://www.icte.es)  
Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea [www.aena.es](http://www.aena.es)  
Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos <http://www.cehat.com/>  
Asociación Española de Directores de Hotel <http://www.aedh.es>  
Unión Empresarial de Agencias de Viajes <http://www.unav.ws>  
Federación Española de Hostelería <http://www.fehr.es/>  
Asociación Empresarial Hotelera de Madrid <http://www.aehm.es/>  
Revista Amadeus <http://www.amadeus.com/es/x10814.html>  
Revista Nexotur <http://www.nexotur.com/>  
Revista Hosteltur <http://www.hosteltur.com/>  
Revista de Estudios Turísticos <http://www.iet.tourspain.es/es-es/fondodocumental/revistaestudiosturisticos/paginas/default.aspx>