



Tendencias de la
demanda turística
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Tendencias de la demanda turística

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Leslie Bravo Chew; Prof. Francisco Javier Navarro Meneses

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

CG1. Capacidad de gestión de cualquier tipo de información

CG6. Capacidad de organización y planificación de los procesos

CG9. Elevado razonamiento crítico

CG10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares

Competencias específicas

CE 2. Analizar la dimensión económica del turismo. Saber reconocer cuál 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 todas 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 público y privados a nivel local, nacional e internacional que están implicados en el turismo y las interrelaciones entre los mismo.

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.

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

Esta asignatura aborda los principales aspectos que caracterizan el fenómeno social del turismo desde el punto de vista de la demanda. Dado el carácter dinámico del turismo, se estudiará evolución que, desde el punto de vista social, ha experimentado la Sociedad del Ocio hasta llegar a nuestros días.

Asimismo, se analizarán los diferentes roles que adquiere el turista y las diversas motivaciones que les impulsan a viajar en los múltiples contextos estudiados, a través de distintas técnicas de observación. De este modo, el alumno podrá conocer las transformaciones que se han producido en los estilos de vida y su impacto en las tendencias de consumo del turista.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

1. Introducción a la demanda turística
 - 1.1. Concepto de la demanda turística
 - 1.2. Clasificación de la demanda turística
 - 1.3. Evolución del turismo desde la perspectiva de la demanda
2. Cifras de la demanda turística
 - 2.1. Fuentes de información
 - 2.2. Cifras de turismo internacional
 - 2.3. Cifras de turismo nacional
3. Los condicionantes de la demanda turística
 - 3.1. Factores económicos
 - 3.2. Factores demográficos
 - 3.3. Factores aleatorios
 - 3.4. Factores relativos a la comercialización y a la producción
4. Motivaciones que inciden en la demanda y estilos de vida
5. Análisis y segmentación de la demanda
6. Tipo de viajero
 - 6.1. Tipologías de roles turísticos
 - 6.2. Cambios en motivaciones y preferencias
 - 6.3. Experiencias
 - 6.4. Nuevas tendencias de la demanda

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 1 (AD1): *Análisis de las estadísticas de la demanda turística*

Actividad Dirigida 2 (AD2): *Análisis de segmentos de mercado*

Actividad Dirigida 3 (AD3): *Análisis de los mercados emisores*

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

- BAYÓN MARINÉ, F. (1999). *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: al universitaria Ramón Areces, D.L.
- MONTANER MONTEJANO, J. (1996). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Ed. Síntesis.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (Dtor.) (1996). *Introducción a la economía del Turismo en España*. Madrid: Ed. Civitas. Tratados y Manuales.
- SÁNCHEZ, C. Y GOELI, A. (2017). *Los 5 pasos del turismo experiencial*. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- VOGELER, C. Y HERNANDEZ ARMAND, E. (2003). *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: al universitaria Ramón Areces, S.A. Colección de Estudios Turísticos

Bibliografía recomendada

- AECIT (2019). *La actividad turística española en 2018*. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.
- CASAS, J. M.; MARTOS, E. I.; TEJERA, I. (2018). *Estadística aplicada al turismo*. Madrid: Universitaria Ramón Areces.
- FEHR (2019). *Los sectores de la hostelería en 2018*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (2000). *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Madrid: Cívitas.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (2010). *Hacia un nuevo turismo español: una reflexión sobre el futuro*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.
- LÓPEZ, J. J. (Coord.) (2013). *La estructura económica de los mercados turísticos*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.

Otros recursos

Organización Mundial de Turismo www.unwto.org/index_s.php
World Travel and Tourism Council www.wttc.org
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico www.oecd.org
Comisión Europea – Eurostat www.ec.europa.eu/eurostat
Asociación Internacional de Compañías Aéreas 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
European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org/>
Instituto Nacional de Estadística www.ine.es
Instituto de Estudios Turísticos <http://www.iet.tourspain.es>
Instituto para la Calidad Turística Española www.ict.e.es
Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea 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 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>
Exceltur <https://www.exceltur.org/>