

A large, light gray, stylized profile of a man wearing a beret, facing right. The man has curly hair and is wearing a dark garment. This image serves as a background for the upper half of the page.

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. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y Contenidos

K1. Conocer los fundamentos del turismo así como comprender su carácter transversal a través del estudio de sus diferentes dimensiones: económica, espacial, social, cultural, medioambiental, legal, etc.

K2. Comprender el sistema turístico, el mercado y los agentes intervinientes, así como sus interrelaciones y comportamientos.

1.2. Habilidades y Destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

C4. Producir soluciones creativas para satisfacer las necesidades que planteen los actores del sector turístico, o que emerjan a raíz de situaciones imprevistas.

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.

Contenido detallado

1. Fundamentos y evolución del turismo
 - 1.1. Conceptos básicos
 - 1.2. Orígenes y evolución
2. El sistema turístico
 - 2.1. Concepto de turismo
 - 2.2. Tipología y características de la oferta turística
3. Utilización de fuentes estadísticas y Big Data para su medición.
 - 3.1. Fuentes estadísticas
 - 3.2. Big Data para el turismo
4. Alojamientos turísticos
 - 4.1. Caracterización
 - 4.2. Tipologías
 - 4.3. Calidad
 - 4.4. Distribución y evolución
 - 4.5. Operaciones y procesos
 - 4.6. Nuevas tendencias: economía colaborativa
5. Establecimientos de restauración
 - 5.1. Caracterización
 - 5.2. Tipologías
 - 5.3. Calidad
 - 5.4. Distribución y evolución
 - 5.5. Operaciones y procesos
 - 5.6. Gastronomía

2.3. 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	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 el examen final.

Asimismo, será necesario obtener una calificación media mínima de 5 en la presentación de

actividades y trabajos para poder hacer media con el examen final. De lo contrario, la calificación a ponderar en este concepto será 0.

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.

-Falta ortográfica leve: - 0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)

-Falta ortográfica grave: - 0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

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: Cívitas.

FIGUEROLA, M. (2010). *Hacia un nuevo turismo español: una reflexión sobre el futuro*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.

GONZALEZ, L. y TALON, P. (2002). *Dirección Hotelera. Operaciones y Procesos*. Madrid: Ed. Síntesis.

GUNTER, U. y ÖNDER, I. (2016). Forecasting city arrivals with Google Analytics [Recurso electrónico], *Annals of tourism research*, v.61, 199-212.

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. (2018). *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

RODRÍGUEZ ANTON, J.M. y ALONSO ALMEIDA, M. (2019) *Organización y dirección de empresas hoteleras*. Madrid. Editorial Síntesis.

Bibliografía recomendada

BERNARD, D., LOCKWOOD, A., ALCOTT P. (2012), Food and Beverage Management. New York. Ed. Routledge.

DELOITTE (2018). *The hotel property Handbook 3.0, Investment & Financing Keys, Spain 2018*.

EXCELTUR (2024). Balance empresarial de cierre de año 2023 y perspectivas para 2024, *Informe Perspectivas Turísticas*, 87

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.

MOLINA, P. (2020). Elementos de Dirección Hotelera. Grupo editorial Letrame.

Otros recursos

Asociación Empresarial Hotelera de Madrid

Asociación Española de Directores de Hotel

CaixaBank. [Food & Beverage](#)

CaixaBank. [Modelo de gestión de un restaurante](#)

Comisión Europea – Eurostat www.ec.europa.eu/eurostat

Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos <http://www.cehat.com/>

European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org/>

Exceltur <http://www.exceltur.org>

Federación Española de Hostelería <http://www.fehr.es/>

HOTREC. Hospitality Europe. <http://www.hotrec.eu/>

Instituto de Estudios Turísticos <http://www.iet.tourspain.es>

Instituto Nacional de Estadística www.ine.es

Instituto para la Calidad Turística Española www.ict.es

International Association of Scientific Experts in Tourism www.aiest.org

International Hotel and Restaurant Association <http://www.ih-ra.com/>

Organización Mundial de Turismo www.unwto.org/index_s.php

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico www.oecd.org

Revista Hosteltur <http://www.hosteltur.com/>

Revista Nexotur <http://www.nexotur.com/>

World Travel and Tourism Council www.wttc.org