



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA

GUÍA DOCENTE

CURSO: 2014/15

## 41309 - ESTRUCTURAS DE MERCADO Y TURISMO

**CENTRO:** 151 - Facultad de Economía, Empresa y Turismo

**TITULACIÓN:** 4013 - Grado en Turismo (Gran Canaria)

**ASIGNATURA:** 41309 - ESTRUCTURAS DE MERCADO Y TURISMO

**CÓDIGO UNESCO:** 5307.15    **TIPO:** Básica de Rama    **CURSO:** 1    **SEMESTRE:** 2º semestre

**CRÉDITOS ECTS:** 6    **Especificar créditos de cada lengua:**    **ESPAÑOL:** 6    **INGLÉS:**

### SUMMARY

### REQUISITOS PREVIOS

Los alumnos deben dominar los conceptos teóricos de la asignatura del primer semestre FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA Y TURISMO. Es importante que los alumnos cursen el curso de armonización de matemáticas ofrecido por la Universidad para estar al día en los conceptos de derivadas.

### Plan de Enseñanza (Plan de trabajo del profesorado)

### Contribución de la asignatura al perfil profesional:

La asignatura contribuye dotando al alumno de la formación básica para entender el funcionamiento del mercado en el que se encuentra la empresa turística e identificar la estrategias empresariales que garantizan máxima rentabilidad económica. El alumno también recibe la formación básica para entender los objetivos y las consecuencias de las políticas básicas de regulación de los mercados.

### Competencias que tiene asignadas:

N1 Comunicarse de forma adecuada y respetuosa con diferentes audiencias (clientes, colaboradores, promotores, agentes sociales, etc.), utilizando los soportes y vías de comunicación más apropiados (especialmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación) de modo que pueda llegar a comprender los intereses, necesidades y preocupaciones de las personas y organizaciones, así como expresar claramente el sentido de la misión que tiene encomendada y la forma en que puede contribuir, con sus competencias y conocimientos profesionales, a la satisfacción de esos intereses, necesidades y preocupaciones.

N2 Cooperar con otras personas y organizaciones en la realización eficaz de funciones y tareas propias de su perfil profesional, desarrollando una actitud reflexiva sobre sus propias competencias y conocimientos profesionales y una actitud comprensiva y empática hacia las competencias y conocimientos de otros profesionales.

G1 Capacidad de gestión de la información.

G6 Capacidad de análisis y síntesis.

- G8 Resolución de problemas.
- G9 Razonamiento crítico.
- G11 Aprendizaje autónomo.
- G14 Trabajo en equipo

- E1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- E2 Analizar la dimensión económica del turismo.
- E6 Conocer las características de los principales agentes turísticos.
- E8 Analizar las tendencias demográficas, económicas, sociales y culturales y su repercusión en el negocio turístico.
- E12 Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas.
- E16 Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
- E17 Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
- E21 Analizar los impactos generados por el turismo.
- E25 Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras y mercados turísticos y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- E28 Analizar las interrelaciones entre el turismo y el medio ambiente.

- CEA1: Conocer los mercados turísticos y sus agentes, su evolución temporal, distribución geográfica y principales retos.
- CEA2: Manejar las herramientas básicas de la teoría económica que modelizan el funcionamiento de los mercados competitivos y no competitivos.
- CEA3: Analizar las decisiones de los agentes en función del mercado en el que operan.
- CEA4: Aplicar los modelos teóricos a mercados turísticos y obtener conclusiones.
- CEA5: Comprender los mecanismos básicos de regulación pública en el ámbito turístico, su justificación y sus consecuencias y limitaciones.

## Objetivos:

El objetivo de esta asignatura es dotar a los alumnos de la formación básica para entender el funcionamiento de los mercados en los que se desarrolla la industria turística. La estructura del mercado condiciona el equilibrio que define la estructura de precios, los beneficios empresariales, el bienestar social. El alumno aprende como es la estrategia de la empresa turística que compete en diferentes mercados.

- O1. Conocer los mercados turísticos y sus agentes, su evolución temporal, distribución geográfica y principales retos.
- O2. Manejar las herramientas básicas de la teoría económica que modelizan el funcionamiento de los mercados competitivos y no competitivos.
- O3. Analizar las decisiones de los agentes en función del mercado en el que operan.
- O4. Aplicar los modelos teóricos a mercados turísticos y obtener conclusiones.
- O5. Comprender los mecanismos básicos de regulación pública en el ámbito turístico, su justificación y sus consecuencias y limitaciones.

## Contenidos:

- Tema 1. Producción y Costes de la empresa.
- Tema 2. La Competencia Perfecta.
- Tema 3. El Monopolio. La regulación de los Mercados.
- Tema 4. El Oligopolio y la Teoría de Juegos. La Competencia Monopolística.
- Tema 5. Estructura de Mercados Turísticos.

## Metodología:

Clase magistral donde se ofrecen conceptos teóricos vinculados con el contenido de la asignatura.

Práctica: Discusión de casos de estudio ofrecidos por el profesor y elaborados por los alumnos.

El alumno dispone del campus virtual y de las tutorías para complementar las clases presenciales, recibir ayuda y material para la elaboración de los trabajos.

## Evaluación:

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación son:

C1: Superar un examen final de los contenidos de la asignatura. Se vincula al cumplimiento de los objetivos 1, 2,3, 4 y 5 y de las competencias específicas de asignatura 1,2,3, 4 y 5.

C2. El alumno debe presentar en clase artículos, informes y trabajos de clase relacionados con la materia de la asignatura guiados por el profesor. El alumno debe preparar un trabajo de clase guiado por el profesor.

Sistemas de evaluación

El sistema de evaluación consiste en un examen teórico final que se valora en un 80% de la nota y en la presentación de un trabajo de clase que se valora en un 20% de la nota como figura en la sección criterios de calificación de este proyecto docente.

El examen teórico final será escrito, si bien, el alumno tiene la posibilidad de realizarlo oral.

La parte práctica se evalúa con la presentación escrita y oral de los artículos, informes y trabajos de clase (individual o en grupo).

Esto permite al profesor realizar un seguimiento de la adquisición de competencias, así como de incluir las calificaciones obtenidas por cada estudiante en estos trabajos como parte de la evaluación final de la materia.

Criterios de calificación

C1. Examen Final: 80% de la nota.

C2. Práctica y participación en clase: 20% de la nota.

Estos criterios se aplican a todas las convocatorias. No existen pruebas previas evaluables. Solo la participación en clase. Si el alumno no se presenta al examen oficial, la nota de su participación en clase se reserva para siguiente convocatoria y aparece como no presentado en el acta.

## Plan de Aprendizaje (Plan de trabajo de cada estudiante)

### Tareas y actividades que realizará según distintos contextos profesionales (científico, profesional, institucional, social)

Búsqueda de información para la realización de trabajos y participaciones en clase en diferentes fuentes disponibles como bases de datos, recursos estadísticos ofrecidos por organismos oficiales y empresas privadas.

### Temporalización semanal de tareas y actividades (distribución de tiempos en distintas actividades y en presencialidad - no presencialidad)

Créditos ECTS = 6

Horas de trabajo presencial = 60

Horas de trabajo autónomo no presencial = 90

Total horas = 150 horas

Clases Magistrales Teoría en grupo = 43 horas

Horas Prácticas Semigrupo = 15 horas

Evaluación alumnos = 2 horas

Clases tuteladas = 0 horas

#### Distribución Semanal

3 horas a la semana de clases de teoría

1 hora a la semana de clases prácticas.

6 horas de trabajo no presencial.

TEMA 1 Semana 1-3

TEMA 2 Semana 4-5

TEMA 3 Semana 6-9

TEMA 4 Semana 10-12

TEMA 5 Semana 13

TEMA 6 Semana 14-15

Esta temporalización de tareas y actividades estará sujeta a las circunstancias en las que se desarrolle la docencia y el grado de aprendizaje de los estudiantes.

### Recursos que tendrá que utilizar adecuadamente en cada uno de los contextos profesionales.

Bibliotecas y hemerotecas.

Recursos bibliográficos electrónicos en la ULPGC.

Ordenadores, software e Internet en los laboratorios informáticos de la ULPGC o en los propios de los estudiantes.

## Resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar al finalizar las distintas tareas.

Tareas y actividades en un contexto científico:

- Búsqueda de información en bibliotecas, hemerotecas, recursos electrónicos, revistas, periódicos, etc. (CB1; CB2; CB3; CB4; CB5; CN1;CN2; CN3; CN4; CN5; CG1; CG2; CG3; CG4; CG5; CG6; CG7; CG8; CG9; CG10; CG11; CG12; CG13; CG14; CE1; CE2; CE3; CE4; CE5; CE6; CE7; CE8; CE9; CE10; CE11; CE12; CE13; CE14; CE16; CE17; CE18; CE19; CE20; CE21; CE22; CE23; CE24;CE25; CE26; CE27; CE28)
- Elaboración de un trabajo escrito en formato académico (CB1; CB2; CB3; CB4; CB5; CN1;CN2; CN3; CN4; CN5; CG1; CG2; CG3; CG4; CG5; CG6; CG7; CG8; CG9; CG10; CG11; CG12; CG13; CG14; CE1; CE2; CE3; CE4; CE5; CE6; CE7; CE8; CE9; CE10; CE11; CE12; CE13; CE14; CE16; CE17; CE18; CE19; CE20; CE21; CE22; CE23; CE24;CE25; CE26; CE27; CE28)

Resultados del aprendizaje:

Conocimiento del funcionamiento de los mercados

Capacidad para analizar críticamente la realidad del funcionamiento de los mercados turísticos, y las decisiones de los agentes en función de los mercados en los que operan.

Capacidad para aplicar los modelos teóricos a los mercados turísticos.

Capacidad para entender y aplicar mecanismos básicos de regulación pública en el ámbito turístico, su justificación y sus consecuencias y limitaciones.

## Plan Tutorial

### Atención presencial individualizada (incluir las acciones dirigidas a estudiantes en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria)

Los alumnos disponen de 6 horas semanales de tutorías individuales.

El profesor realizará una atención individualizada al estudiante en las sesiones presenciales, tanto teóricas como prácticas y tutoriales, recogiendo las evidencias que se consideren oportunas.

El objetivo principal será orientar al estudiante de forma personalizada en todo lo relacionado con el contenido del programa de trabajo de la asignatura y la metodología de estudio más adecuada para completarlo.

### Atención presencial a grupos de trabajo

El profesor realizará una atención a los distintos grupos de estudiantes conformados para la realización de trabajos y actividades, recogiendo las evidencias que se consideren oportunas.

Esta atención se centra en la realización de tutorías académicas activas durante la franja horaria publicada en el despacho D.2.17 del Edificio de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo.

El alumno deberá solicitar cita previa mediante correo electrónico al profesor que éste confirmará

## Atención telefónica

La atención al estudiante se canalizará principalmente por las tutorías presenciales y virtuales dentro del horario de tutorías del profesor.

Las llamadas telefónicas serán atendidas siempre que en el momento en que se produzcan no se esté atendiendo a estudiantes en modo presencial, dentro del horario de tutorías del profesor.

## Atención virtual (on-line)

El profesor realizará una atención individualizada al estudiante y/o a los distintos grupos a través de las herramientas disponibles en el Campus Virtual de la ULPGC.

La atención virtual a los estudiantes se llevará a cabo a través de los correos electrónicos y el envío de mensajes a los estudiantes a través del Campus Virtual de la ULPGC. Se atenderá regularmente los mensajes enviados durante cada semana. Todo esto dentro del horario de tutorías del profesor.

## Datos identificativos del profesorado que la imparte.

### Datos identificativos del profesorado que la imparte

<b>Dr./Dra. Manuel Carmelo Romero Hernández</b>	(COORDINADOR)
<b>Departamento:</b> 229 - ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO	
<b>Ámbito:</b> 225 - Economía Aplicada	
<b>Área:</b> 225 - Economía Aplicada	
<b>Despacho:</b> ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO	
<b>Teléfono:</b> 928458194 <b>Correo Electrónico:</b> manuel.romero@ulpgc.es	

## Bibliografía

### [1 Básico] Principios de economía /

*N. Gregory Mankiw ; traducción Esther Rabasco Espáriz, Luis Toharía Cortés.*  
McGraw-Hill,, Madrid : (2004) - (3ª ed.)  
84-481-4156-3

### [2 Básico] Microeconomía /

*Paul Krugman, Robin Wells.*  
Reverte Editorial,, Barcelona : (2013) - (2ª ed.)  
9788429126037

### [3 Básico] Introducción a la economía: microeconomía /

*Paul R. Krugman, Robin Wells.*  
Reverté,, Barcelona [etc.] : (2007) - (reimp.)  
978-84-291-2631-0

### [4 Recomendado] Microeconomía intermedia :un enfoque actual /

*Hal R. Varian ; traducción de Ma. Esther Rabasco y Luis Toharia.*  
Antoni Bosch,, Barcelona : (2011) - (8ª ed.)  
978-84-95348-57-9