



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

Grado en Turismo
Universidad de Alcalá

Curso Académico 2019/2020

Primer curso - Segundo cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO
Código:	680008
Titulación en la que se imparte:	GRADO EN TURISMO
Departamento y Área de Conocimiento:	ECONOMÍA ECONOMÍA APLICADA
Carácter:	BÁSICA
Créditos ECTS:	6
Curso:	1
Profesorado:	Dra. MARÍA JESÚS SUCH DEVESA Prof. PATRICIA ARANDA CUÉLLAR
Horario de Tutoría:	A convenir con la profesora previa petición por e-mail. mjesus.such@uah.es p.aranda@uah.es
Idioma en el que se imparte:	Español

1.a PRESENTACIÓN

Esta asignatura se destina a los estudiantes del primer curso del Grado en Turismo, impartándose en el segundo cuatrimestre.

Teniendo en cuenta que el programa docente diseñado pretende fomentar el aprendizaje activo, diferenciar entre el conocimiento científico y el vulgar, generar un espíritu crítico, así como despertar la curiosidad y la iniciativa intelectual del alumno, se asume que debe realizarse una consideración específica sobre la programación docente de la asignatura Estructura de Mercados: el alumno conoce los principios básicos de la Teoría Económica y maneja el vocabulario básico, científico y especializado aplicable al estudio teórico de la Economía.

Según lo expuesto, la meta docente puede concretarse en la consecución de los siguientes objetivos:

En primer lugar, dotar a los alumnos de los instrumentos necesarios para que puedan analizar los principales flujos turísticos y entiendan desde distintas perspectivas la importancia de las actividades turísticas en la economía mundial y española. En segundo lugar, profundizar en el conocimiento de los principales agentes que intervienen en los mercados turísticos y de sus conductas y, finalmente, conocer las principales estructuras de los mercados turísticos en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS).

1.b PRESENTATION

The objective of this course is for students to continue analyzing and learning about the economic situation in the tourism industry. To do so, they will apply techniques of economic analysis to the tourism market, its evolution, the variables that make it up, and the economic processes operating in it. Economic analysis is used to study the different agents of the tourism industry, from tourists, institutions and companies, to the interrelationship between tourism and the other economic sectors, and the physical environment in which tourist activity takes place. All of this is done so that the future professional will be able to interpret the local and the global economic situation and make thought-out decisions based on solid facts.

Students will manage the necessary sources and tools to be able to analyze the main tourist flows from different perspectives. They will understand the importance and the impacts of the tourism industry in the global economy. Also, they will identify the main actors involved in the tourism markets and their behaviors and, finally, understand the main structures of the tourism markets in the context of the 2030 Agenda for Sustainable Development (SDG).

Prerrequisitos y Recomendaciones

El estudiante debe conocer los principios básicos de la Teoría Económica y manejar el vocabulario básico, científico y especializado aplicable al estudio teórico de la Economía.

MUY IMPORTANTE: Las fichas de la asignatura, siempre con una fotografía actualizada, deberán ser entregadas por los alumnos en el plazo establecido al efecto. Se entregará una por profesor. Su entrega será imprescindible para la realización de las actividades de evaluación continua así como la realización de los exámenes. Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de documento acreditativo de su identidad (carnet universitario, DNI, pasaporte).

Asimismo, se utilizará la plataforma Blackboard y el Entorno de Publicación Docente como mecanismos de comunicación entre alumno-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación, en su caso.

Se recomienda que el alumno realice un estudio continuado de la asignatura relacionando las distintas lecciones entre sí, esta buena práctica le permitirá reducir a largo plazo el tiempo de estudio invertido mejorando notablemente su eficacia.

¿Por qué Estructura del Mercado Turístico en el Grado en Turismo?

Tal y como se anticipa en el programa de Economía, la importancia del Turismo como actividad económica es innegable, en especial para países como España. Cabe esperar que el egresado en Turismo sepa valorar convenientemente la dimensión económica de las actividades turísticas.

El carácter multidisciplinar del Turismo, a la vez que enriquecedor para el alumno, también exige una mente abierta y capacidad para enfrentarse al fenómeno turístico desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista académico como de la praxis. La gestión en el Turismo es un asunto

nuclear y esta materia es la segunda a la que el alumno se enfrenta en el Grado y sirve de base para afrontar la preparación del resto de asignaturas, en especial Análisis del Entorno Económico de la Empresa Turística. Además, permite avanzar en el conocimiento de conceptos, metodologías, realidades y tendencias relacionadas con los mercados turísticos que después de desarrollan en profundidad en los itinerarios propuestos en el Grado.

2. COMPETENCIAS

El alumno debe ser consciente de que las competencias son una combinación de conocimientos, habilidades (intelectuales, manuales, sociales, etc.), actitudes y valores que capacitarán a un titulado para afrontar con garantías la resolución de problemas o la intervención en un asunto en un contexto académico, profesional o social determinado.

Por tanto, tanto en el desarrollo de la asignatura como en los mecanismos de evaluación propuestos no sólo se valorarán conocimientos (a lo que tradicionalmente estamos más acostumbrados) sino también otras habilidades y actitudes que están recogidas en la memoria del Graduado en Turismo por la Universidad de Alcalá.

Todas las asignaturas, por tanto, han de contribuir de una forma y otra a que el alumno adquiera tanto las competencias y conocimientos propios de cada una de las materias como aquellas competencias de carácter más trasversal.

Bajo este marco, las competencias a adquirir en esta materia se dividen en dos categorías: genéricas y específicas.

Competencias genéricas:

1. Capacidad de lectura comprensiva, análisis y síntesis.
2. Manejar fuentes de información económica e interpretar dicha información.
3. Capacidad de argumentación con el apoyo de los libros de textos, artículos, notas y otras referencias proporcionadas en la asignatura.
4. Capacidad para comunicar ideas y expresarse de forma correcta oral y escrita.
5. Fortalecer la habilidad de aprendizaje autónomo y de trabajo en equipo.
6. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.

Competencias específicas:

1. Analizar la dimensión económica del turismo.
2. Aplicar los conceptos básicos de la economía a la realidad territorial, institucional, sectorial y empresarial.
3. Reconocer a los principales agentes turísticos.
4. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras de mercados turísticos y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
5. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
6. Valorar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
7. Analizar los impactos económicos generados por el turismo.
8. Comprender las actuaciones del sector público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
9. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de planificación.
10. Analizar el papel del turismo en diferentes situaciones de desarrollo económico.

3. CONTENIDOS

Contenidos:

- Lección 1ª:** Introducción: flujos, productos y recursos turísticos.
- Lección 2ª:** Tendencias del sector turístico: comparaciones internacionales.
- Lección 3ª:** La demanda de servicios turísticos.
- Lección 4ª:** La demanda de características de los servicios turísticos.
- Lección 5ª:** La oferta de productos turísticos.
- Lección 6ª:** Estructura de los mercados turísticos y las empresas.
- Lección 7ª:** El turismo residencial.
- Lección 8ª:** Las externalidades en el sector turístico.
- Lección 9ª:** Impactos económicos del turismo.

Programación de los contenidos

Parte	Temas	Total horas, clases, créditos o tiempo de dedicación
	• 1	• 6 horas presenciales
	• 2	• 3 horas presenciales
	• 3	• 6 horas presenciales
	• 4	• 3 horas presenciales

	• 5	• 6 horas presenciales
	• 6	• 6 horas presenciales
	• 7	• 6 horas presenciales
	• 8	• 3 horas presenciales
	• 9	• 3 horas presenciales

El programa de prácticas integra todas las lecciones del programa de teoría, mejorando la comprensión de los conceptos y en ocasiones profundizando sobre el contenido teórico. Las prácticas están constituidas por problemas analíticos y numéricos, así como comentarios críticos que tratan de mejorar la comprensión de los conceptos teóricos explicados y de utilizar los datos disponibles para realizar trabajos de estudio y análisis.

Los ejercicios y problemas se plantean fundamentalmente sobre las siguientes cuestiones:

- 1) La terciarización de la economía mundial.
- 2) El turismo y los sectores económicos.
- 3) Los principales conceptos de turismo y las clasificaciones de la oferta turística.
- 4) Análisis de los flujos de turismo internacional.
- 5) Análisis de los flujos de turismo interno en España.
- 6) Importancia del sector turístico en la economía española.
- 7) La demanda turística: elasticidad, segmentación y demanda de características.
- 8) Las estructuras de coste de los principales productores turísticos.
- 9) La intervención de las AAPP: principales efectos económicos.

Cronograma (Orientativo)

Semana / Sesión	Contenido
01^a	• Tema 1
02^a	• Tema 1
03^a	• Tema 2

04ª	• Tema 3
05ª	• Tema 3
06ª	• Tema 4
07ª	• Tema 5
08ª	• Tema 5
09ª	• Tema 6
10ª	• Tema 6
11ª	• Tema 7
12ª	• Tema 7
13ª	• Tema 8
14ª	• Tema 9
15ª	• PRUEBAS FINALES

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las estrategias metodológicas para favorecer un aprendizaje activo y duradero de esta materia se detallan a continuación.

Clases presenciales en grupo grande:

El alumno dispondrá con antelación suficiente los materiales necesarios para el seguimiento de las clases presenciales (en grupo grande, teóricas) donde los objetivos esenciales son:

- Realizar una presentación de los elementos esenciales sobre el tema
- Destacar las cuestiones más importantes y destacar aquellos ítems de aprendizaje de cada uno de los temas que el alumno debe contrastar (en su trabajo autónomo) que ha adquirido.
- Presentar una colección de cuestiones básicas que ligan los análisis económicos efectuados con la problemática concreta del turismo.

Número de horas aproximado: 21 horas

Clases presenciales en grupo reducido:

El alumno deberá llevar preparada alguna tarea que se desarrollará en estas sesiones. La clave en las mismas es su participación activa, a través de preguntas, respuestas o exposiciones y el trabajo realizado, bien en grupo o individualmente.

Las estrategias se detallarán específicamente para cada tema pero se realizarán básicamente:

- El planteamiento y resolución de problemas

- El estudio de casos
- Elaboración de papers cortos
- Exposiciones

Número de horas aproximado: 21 horas

En estas actividades, cuando sea conveniente, se utilizará como complemento la plataforma de Aula Virtual.

Se colaborará con los profesionales del CRAI-Biblioteca para que los estudiantes realicen una actividad que desarrolle las competencias informacionales en el uso y gestión de la información.

Número de horas totales: 150

Número de horas presenciales: 45	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría: 21 • Práctica: 21 • Evaluación global: 3
Número de horas del trabajo propio del estudiante: 105	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de prácticas: 55 horas • Estudio autónomo: 50

Estrategias metodológicas

Clases presenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Clases teóricas o teórico-prácticas en grupos grandes o en grupos reducidos • Clases expositivas para presentar tema (exposición), introducir a los alumnos en una temática compleja, realizar conclusiones • Clases para el desarrollo, aplicación, profundización de conocimientos a través de diferentes estrategias: estudio de casos, resolución problemas • Seminarios para temas específicos y posterior elaboración de un trabajo • Tutorías colectivas
Trabajos autónomos	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Realización de actividades: ejercicios, ejemplificaciones, búsqueda de información relevante para el turismo. Planteamiento de cuestiones • Participación en foros/blog... a través de la plataforma

Materiales y recursos

Plataforma del entorno de publicación docente y/o aula virtual

Casos prácticos

Prensa económica

Artículos de revistas científicas orientadas al análisis económico del turismo

Estudios e información contenidos en:

www.unece.org/stats

www.oecd.org

www.europa.eu.int/eurostat

www.bde.es

www.unctad.org

www.europa.eu.int

www.mcx.es/turismo/dgt

www.ine.es

www.world-tourism.org

www.iet.tourspain.es

www.editur.es

http://www.cehat.com/

www.hosteltur.com

www.travelweekly.co.uk

www.fvw.com

www.tourismpartnership.org/

www.t-ti.com

www.wttc.org

www.ectaa.org

www.wtoa.org

www.hotrec.org

www.ecotourism.org

www.ih-ra.com

www.aena.es

www.alimarket.com

www.tourspain.es

www.icte.es

www.aedave.es

www.ivie.es

www.iet.tourspain.es/cdte

www.ilo.org

www.aece.org

ONU. Comisión Económica para Europa (división estadística)
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
Oficina Estadística Europea
Banco de España
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
Unión Europea
Dirección General de Turismo
Instituto Nacional de Estadística
Organización Mundial de Turismo
Instituto de Estudios Turísticos
Noticias on-line de la industria turística
Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
Noticias on-line de Hostelería y Turismo
Noticias on-line sobre la industria de viajes
Noticias sobre mercados turísticos alemanes y europeos
International Tourism Partnership (Turismo responsable a través de liderazgo responsable)
Travel and Tourism Intelligence
World Travel & Tourism Council
Asociación Europea de Agencias de Viajes
Asociación Europea de Touroperadores
Asociación Europea de Hostelería
Asociación Internacional de Ecoturismo
Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes
Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea
Información Económica Sectorial
Turespaña
Instituto para la Calidad Turística Española
Asociación Empresarial de Agencias de Viajes españolas
Instituto Valenciano Investigaciones Económicas
Centro de Documentación Turística de España
Organización Internacional del Trabajo
Asociación Española del Comercio Electrónico

5. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

En términos generales, la evaluación no sólo valorará conocimientos sino también el resto de habilidades y competencias.

Por tanto, para los contenidos, el alumno debe demostrar a lo largo del curso:

- Que comprende los conceptos e ideas principales de cada uno de los bloques
- Que sabe integrar y aplicar los contenidos a situaciones diversas aplicadas al turismo.
- Que elabora ideas coherentes
- Que es capaz de resolver los problemas de modo comprensivo.
- Que tiene capacidad de síntesis
- Que es cuidadoso con la presentación y riguroso en sus planteamiento

Con independencia de que en cada tarea se expliciten adecuadamente los criterios de clasificación de cada una de ellas, en un paper o ejercicio escrito se analizarán los siguientes ítems (**a modo de ejemplo**):

	100	75	50	25	0	
Ejercicio bien estructurado						Ejercicio mal estructurado o incompleto
Objetivos fundamentados y claros						No se especifican objetivos
Metodología bien expuesta						Mal o no se explica
Se utiliza la bibliografía necesaria						No hay indicios de que se haya utilizado
Adecuado uso de la terminología y corrección ortográfica y gramatical						Uso inadecuado y faltas ortográficas y errores gramaticales
Corrección en el análisis						Análisis incorrecto
Acierto en la interpretación						Interpretación deficiente o inexistente
Conclusión clara y correcta						Confusa, o no la hay
Rigor expositivo						Texto poco riguroso
Formato adecuado de texto, tablas y figuras						Inadecuado
Trabajo original						Trabajo copiado

Trabajo bien presentado (calidad)						Trabajo mal presentado (falta de calidad)
-----------------------------------	--	--	--	--	--	---

Para aquellas actividades que supongan una exposición en clase – bien de alguna cuestión, ejercicio o caso práctico, los criterios de evaluación serán, a título de ejemplo, los siguientes:

Sobre el contenido de la exposición:

Preparación previa (Exposición bien preparada --- Evidencias claras de falta de preparación)
 Dominio del tema de la exposición (Alto, bajo o nulo)
 Organización (Estructurada, poco estructurada, desestructurada)
 Pertinencia (Se ajusta a la tarea, Desajustada)
 Rigor académico (alto, bajo o nulo).

Sobre la ejecución de la exposición:

Adecuado control del tiempo (con control, sin control)
 Velocidad adecuada (demasiado lenta o demasiado rápida)
 Audición (Clara o confusa)
 Atención suscitada (mantiene la atención, no la mantiene)
 Aménidad expositiva (Ameno o aburrido)

Criterios de calificación

Según el R.D 1125/2003 que regula el Suplemento al Título las calificaciones deberán seguir la escala de adopción de notas numéricas con un decimal y una calificación cualitativa:

0,0 - 4,9	SUSPENSO (SS)
5,0 - 6,9	APROBADO (AP)
7,0- 8,9	NOTABLE (NT)
9,0 - 10	SOBRESALIENTE (SB)
9,0 – 10	MATRÍCULA DE HONOR limitada ó 5%

En todo caso, el crecimiento decimal se realizará en tramos de 0.5 puntos.

Los alumnos obtendrán su clasificación de acuerdo a:

Adquisición, comprensión conocimientos:	30%
Aplicación de los conocimientos a situaciones reales:	30%
Originalidad, aprendizaje activo:	20%
Participación individual o en grupo:	20%

Procedimientos de evaluación

El desarrollo metodológico de la materia está concebido para un aprendizaje activo, participado, continuo y acumulativo. De tal forma que la evaluación continua será la norma general del curso, de acuerdo con la filosofía del “Proceso de Bolonia”.

No obstante, y con carácter excepcional, el alumno podrá optar **al inicio del curso** entre someterse a evaluación continua o presentarse a una evaluación final, siempre y cuando se acrediten una serie de circunstancias que impidan al estudiante seguir el sistema de evaluación continua.

Adicionalmente, los profesores de la asignatura pueden determinar pruebas de autoevaluación a través del aula virtual para permitir al alumno conocer su progreso. Estas pruebas de autoevaluación no se tendrán en cuenta para la evaluación continua ni final.

EVALUACIÓN CONTINUA

Resolución de tareas programadas a lo largo del curso (prácticas, casos, etc.):	50%
Controles o pruebas no programadas:	30%
Participación y aprendizaje activo:	20%

EVALUACIÓN FINAL

Entre otras, son causas que permiten acogerse a la evaluación final, sin perjuicio de que tengan que ser valoradas en cada caso concreto, la realización de prácticas presenciales, las obligaciones laborales, las obligaciones familiares, los motivos de salud y la discapacidad. El hecho de seguir los estudios a tiempo parcial no otorga por sí mismo el derecho a optar por la evaluación final.

Para acogerse a la evaluación final, el estudiante tendrá que solicitarlo por escrito al decano o director de centro en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua. En el caso de aquellos estudiantes que por razones justificadas no tengan formalizada su matrícula en la fecha de inicio del curso o del periodo de impartición de la asignatura, el plazo indicado comenzará a computar desde su incorporación a la titulación. El decano o director de centro deberá valorar las circunstancias alegadas por el estudiante y tomar una decisión motivada. Transcurridos 15 días hábiles sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa por escrito a su solicitud, se entenderá que ha sido estimada.

La evaluación final podrá incluir cuantas pruebas sean necesarias para acreditar que el alumno ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la guía docente de la asignatura.

Los estudiantes que hayan seguido la evaluación continua y no la hayan superado, no podrán acogerse a esta evaluación final de la convocatoria ordinaria.

EVALUACIÓN FINAL EXTRAORDINARIA

a) Alumnos en evaluación continua que no han logrado la nota mínima necesaria (5,0) como resultado de todas las actividades desarrolladas a lo largo del cuatrimestre, deberán hacer un examen final que supondrá el 100% de su calificación.

b) Resto de alumnos: de no haber logrado una puntuación mínima de 5,0 en el examen final en convocatoria ordinaria, deberán hacer un examen final que supondrá el 100% de su calificación.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996): Introducción a la economía del turismo en España. Ed. Civitas, Madrid.

BULL, A. (1995): La economía del sector turístico. Ed Alianza Economía, Madrid.

SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (Coord.) (2006): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis.

LUNDBERG, D.E. ; M. KRISHNAMOORTHY y M.H. STAVENGA (1995): Tourism economics. Ed. John Wiley and sons

MAK, J. (2004): Tourism and the Economy: Understanding the Economics of Tourism. University of Hawai'i Press. Honolulu.

PAGE, S.J. (2009): Tourism Management: Managing for Change (Third Ed.). Butterworth-Heinemann Elsevier.

SINCLAIR, M.T. Y M.J. STABLER (1997): The economics of tourism. Ed. Routledge. London.

SMITH, S.L.J. (1996): Tourism analysis: A handbook. 2ª Ed. Ed. Longman.

VANHOVE, N. (2004): Economics of Tourism Destinations. Elsevier.

Bibliografía Complementaria

ATELJEVIC, J. y PAGE, S.J. (2009): Tourism and Entrepreneurship : International Perspectives. Butterworth-Heinemann. Elsevier. Oxford.

BARKE, M.; M.NEWTON y J. TOWNER(EDS.) (1996): Tourism in Spain. Critical perspectives. Wallingford. CAB International.

HEYNE, P. (1998): Conceptos de economía. El mundo de los economistas (8ª Ed.). Prentice Hall International. Hertfordshire.

HUGHES.H.L. (1994): Economics for hotel and catering students. Ed Stanley Thornes, Cheltenham.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998): Introducción al turismo. OMT. Madrid.

QUEVEDO, J. (2000): La Cuenta Satélite de Turismo. Documento de Trabajo. Escuela Universitaria de Turismo. Universidad de Alcalá.

RAMÓN, A.B. (2002): La expansión internacional del sector hotelero español, Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM), Alicante.

SINCLAIR, M.T. y M.J. STABLER (EDS.) (1991): The tourism industry: An international analysis. Wallingford. CAB International.

SUCH, M.J. (2007): La financiación de las multinacionales hoteleras españolas. Ed. Delta.

TORRES, E. (Coord.) (2006): Estructura de mercados turísticos. Editorial UOC. Barcelona.

URIEL, E. y MONFORT, V.M. (directores) (2001): El Sector Turístico en España, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Alicante.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L (1996) : Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London

Bibliografía por lecciones

Lección 1ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 3. Epígrafe 4.

BULL, A (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 1 y 2.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L (1996) : Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London. Pag. 307-308.

SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (Coord.) (2006): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 1.

Lección 2ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 5.

BULL, A (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 7 y 10.

SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (Coord.) (2006): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 1 y 2.

Lección 3ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 3.

BULL, A. (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 3.

PAGE, S.J. (2009): Tourism Management: Managing for Change (Third Ed.). Butterworth-Heinemann Elsevier. Capítulo 3.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L (1996) : Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London. Pag. 516-520, 521-529 y 530-534.

SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (Coord.) (2006): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 6.

Lección 4ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Apéndice I

BULL, A (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 3, apéndice B.

Lección 5ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 4.

BULL, A. (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 5 y 6.

PAGE, S.J. (2009): Tourism Management: Managing for Change (Third Ed.). Butterworth-Heinemann Elsevier. Capítulos 4, 5, 6, 7, 8 y 9.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L. (1996) : Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London. Pag. 354-358.

SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (Coord.) (2006): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 5.

Lección 6ª:

BULL, A. (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 4.

PAGE, S.J. (2009): Tourism Management: Managing for Change (Third Ed.). Butterworth-Heinemann Elsevier. Capítulo 10.

PULIDO, J.I. y CÁRDENAS, P.J. (Coord.) (2013): Estructura Económica de los Mercados Turísticos. Editorial Síntesis. Madrid. Capítulo 6.

RAMÓN, A.B. (2002): La expansión internacional del sector hotelero español, Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM), Alicante.

SUCH, M.J. (2006): La financiación de las multinacionales hoteleras españolas, Delta Publicaciones, Madrid.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L. (1996) : Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London. Pag. 183-187 y 207-213.

Lección 7ª:

DASSO, J., SHILLING A.A. (1995): *Real Estate*. Editorial Prentice Hall, New Jersey. Capítulo 1 y 18.

CARN, N. Rabianski, J. Racster, R.Seldin (1988): *Real Estate Market Analysis*. Prentice Hall. Londres. Capítulo 1.

MAZÓN, T., HUETE, R. y MANTECÓN, A. (Eds.) (2011): Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial. Editorial Milrazones Universidades 3. Santander.

Lección 8ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 8.

BULL, A (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 9.

PAGE, S.J. (2009): Tourism Management: Managing for Change (Third Ed.). Butterworth-Heinemann Elsevier. Capítulo 11.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L (1996) : Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London. Pag. 45-64 y 69-72.

SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (Coord.) (2006): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 7 y 9.

Lección 9ª :

PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996) : Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 5, Apéndice II.

BULL, A (1995) : La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulo 8.

PAGE, S.J. (2009): Tourism Management: Managing for Change (Third Ed.). Butterworth-Heinemann Elsevier. Capítulos 12 y 13.

WITT, S.F. y MOUTINHO, L. (1996) : Tourism marketing and management handbook. Pretince Hall, London. Pag.475-510.

SMITH S.L.J. (1989) : Tourism analysis. A handbook. Logman, New York. Capítulo 10.

WALSH, R.G.(1986) : Recreation economics decisions. Colorado State University, cap. 12.

Recursos electrónicos

REVISTAS ACADÉMICAS Y CIENTÍFICAS
ANNALS OF TOURISM RESEARCH
ANNALS OF TOURISM RESEARCH EN ESPAÑOL
CORNELL HOTEL AND RESTAURANT ADMINISTRATION QUARTERLY
CORNELL HOSPITALITY QUARTERLY
CUADERNOS DE TURISMO
ESTUDIOS TURÍSTICOS
JOURNAL OF HOSPITALITY & TOURISM RESEARCH
JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH
PAPERS DE TURISME
TOURISM ECONOMICS
TOURISM MANAGEMENT
TRAVEL AND TOURISM ANALYST