



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

**Doble Grado en Turismo y
Administración y Dirección de
Empresas**

Universidad de Alcalá

Curso Académico 2022/2023

Segundo curso – Segundo cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Estructura del Mercado Turístico
Código:	680008
Titulación en la que se imparte:	Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas G450/G451/G452
Departamento y Área de Conocimiento:	Economía Economía Aplicada
Carácter:	Básica
Créditos ECTS:	6
Curso:	Segundo Curso. Segundo Cuatrimestre
Profesorado:	María Jesús Such Devesa (Coordinadora) Patricia Aranda Cuéllar
Horario de Tutoría:	A convenir con las profesoras previa petición por e-mail: mjesus.such@uah.es p.aranda@uah.es
Idioma en el que se imparte:	Español/ Inglés

1.a PRESENTACIÓN

Esta asignatura se destina a los estudiantes del segundo curso del Doble Grado en Turismo y ADE, 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.

Asimismo, se utilizará la plataforma Blackboard como mecanismo de comunicación entre estudiante-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación, en su caso.

Se recomienda que el/la estudiante 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.

Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de documento acreditativo de su identidad (carné universitario, DNI, pasaporte).

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

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 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 y Economía Mundial del Turismo. Además, permite avanzar en el conocimiento de conceptos, metodologías, realidades y tendencias relacionadas con los mercados turísticos que después se 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 transversal.

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

Competencias básicas:

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG1.- Capacidad para la resolución de problemas del entorno turístico.

CG2.- Capacidad de análisis y síntesis de temas turísticos.

CG3.- Capacidad de organización y planificación turística.

- CG4.- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de diversas fuentes turísticas.
- CG7.- Capacidad para trabajar en equipo y en entornos empresariales de presión.
- CG5.- Capacidad de tomar decisiones económicas y empresariales en el marco turístico.
- CG6.- Compromiso ético en el trabajo.
- CG8.- Capacidad crítica y autocrítica.
- CG9.- Capacidad para comprender la realidad turística.
- CG10.- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones en el entorno turístico.
- CG11.- Compromiso social y medioambiental aplicado en el entorno del turismo.
- CG12.- Capacidad de utilizar el idioma inglés para la búsqueda de información y empleo de recursos en ese idioma, y en la elaboración y presentación de actividades académicas.

Competencias transversales:

- CT1.- Adquirir técnicas y habilidades relacionadas con el ejercicio profesional, incluyendo la aplicación de la normativa deontológica que proceda.
- CT2.- Conocer los recursos disponibles para el acceso a la información y emplearlos con eficacia.
- CT3.- Adquirir destrezas comunicativas orales y escritas en lenguas modernas, tanto en entornos profesionales como en otro tipo de contextos.
- CT4.- Comprender las ideas y argumentos que se expresan en una lengua extranjera, por escrito y de manera oral, tanto en situaciones cotidianas como en contextos profesionales y especializados.
- CT5.- Manejar de manera avanzada las herramientas ofimáticas utilizadas con mayor frecuencia en un entorno profesional (procesador de textos, bases de datos y hojas de cálculo) y utilización avanzada de programas de comunicación electrónica, navegación y búsqueda de datos (correo electrónico e Internet).
- CT6.- Diseñar presentaciones utilizando programas informáticos y capacidad de estructurar la información de manera adecuada y transmitirla con claridad y eficacia, con un conocimiento básico del funcionamiento de las redes de transmisión de datos.
- CT7.- Conocer las principales técnicas de dirección, resolución de conflictos, selección laboral y motivación de equipos humanos en un entorno laboral con una utilización de estrategias eficaces en la gestión del tiempo.
- CT8.- Planificar y desarrollar una investigación en un determinado campo de estudio, de acuerdo con los requisitos académicos y científicos que le sean propios.
- CT9.- Conocer la historia de la Universidad de Alcalá, el funcionamiento de las instituciones europeas y la realidad histórica, social, económica y cultural de los países europeos e iberoamericanos.

Competencias específicas:

- CE7.- Adquirir las habilidades para describir e interpretar datos estadísticos y modelizar relaciones de dependencia entre variables estadísticas desde una óptica descriptiva, en el campo del Turismo.
- CE10.- Conocer el entorno económico que afecta a la empresa turística, el funcionamiento de los principales mecanismos económicos y las repercusiones sobre la empresa de la coyuntura económica.
- CE11.- Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras de mercados turísticos y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- CE12.- Conocer los conceptos básicos para la medición de la actividad económica turística, según las metodologías contables internacionales, mediante el uso de las herramientas propias de los métodos cuantitativos aplicados al estudio de la economía turística

3. CONTENIDOS

Contenidos:

Lección 1ª: Introducción: flujos, productos y recursos turísticos.

Lección 2ª: Tendencias del sector turístico: comparaciones internacionales.

Lección 3ª: La demanda turística.

Lección 4ª: La oferta turística.

Lección 5ª: Estructura de mercado y equilibrio en el sector turístico.

Lección 6ª: Globalización económica: el rol de las empresas turísticas.

Lección 7ª: Economía colaborativa, de plataformas y el turismo residencial.

Lección 8ª: Sostenibilidad económica del turismo: fallos de mercado y externalidades del sector.

Programación de los contenidos

Temas	Cómputo total horas, clases, créditos o tiempo de dedicación
Tema 1	6 horas presenciales
Tema 2	6 horas presenciales
Tema 3	6 horas presenciales
Tema 4	3 horas presenciales
Tema 5	6 horas presenciales
Tema 6	3 horas presenciales
Tema 7	6 horas presenciales
Tema 8	6 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) La contribución del turismo al desarrollo sostenible.

Cronograma (Orientativo)

Semana / Sesión	Contenido
01^a	Tema 1
02^a	Tema 1
03^a	Tema 2
04^a	Tema 2
05^a	Tema 3
06^a	Tema 3
07^a	Tema 4
08^a	Tema 5
09^a	Tema 5
10^a	Tema 6
11^a	Tema 7
12^a	Tema 7
13^a	Tema 8
14^a	Tema 8
15^a	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 frecuente y 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 resumen en:

- El planteamiento y resolución de problemas
- El estudio de casos
- Elaboración de papers cortos
- Exposiciones

Número de horas aproximado: 21 horas

En estas actividades 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” Como se acordó en la pasada Junta de Facultad del 11 de marzo de 2019, es importante que un alumno universitario posea habilidades y competencias informacionales siendo adecuado que la formación la imparta Biblioteca.

4.1. Distribución de créditos

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
Cómputo total horas	150

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

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, flipped classroom • 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
Tutorías individualizadas	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento individual o grupal

4.3. Materiales y Recursos

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	ONU. Comisión Económica para Europa (división estadística)
www.oecd.org	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
www.europa.eu.int/eurostat	Oficina Estadística Europea
www.bde.es	Banco de España
www.unctad.org	Conferencia de las naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
www.europa.eu.int	Unión Europea
https://turismo.gob.es/	Secretaría de Estado de Turismo
www.ine.es	Instituto Nacional de Estadística
www.world-tourism.org	Organización Mundial de Turismo
www.iet.tourspain.es	Instituto de Estudios Turísticos
www.segittur.es	SEGITTUR
http://www.cehat.com/	Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
www.hosteltur.com	Noticias on-line de Hostelería y Turismo
www.travelweekly.co.uk	Noticias on-line sobre la industria de viajes
www.fvw.com	Noticias sobre mercados turísticos alemanes y europeos
www.tourismpartnership.org/	International Tourism Partnership (Turismo responsable a través de liderazgo responsable)
www.wttc.org	World Travel & Tourism Council
www.ectaa.org	Asociación Europea de Agencias de Viajes
www.wtoa.org	Asociación Europea de Touroperadores
www.hotrec.org	Asociación Europea de Hostelería
www.ecotourism.org	Asociación Internacional de Ecoturismo
www.ih-ra.com	Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes
www.aena.es	Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea
www.alimarket.com	Información Económica Sectorial
www.tourspain.es	Turespaña
www.icte.es	Instituto para la Calidad Turística Española
www.aedave.es	Asociación Empresarial de Agencias de Viajes españolas
www.ivie.es	Instituto Valenciano Investigaciones Económicas
www.iet.tourspain.es/cdte	Centro de Documentación Turística de España
www.ilo.org	Organización Internacional del Trabajo
www.aece.org	Asociación Española del Comercio Electrónico
www.exceltur.org/	Exceltur
www.hvs.com	Consultora turística HVS
www.strglobal.com	Consultora turística STR Global
www.hotelsnewsnow.com	Noticias globales sector hotelero

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

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

No obstante, de acuerdo con lo establecido en la normativa reguladora de los procesos de evaluación de los aprendizajes, aprobada en Consejo de Gobierno de 24 de marzo de 2011, para superar la asignatura todo alumno deberá optar entre hacerlo a través del sistema de evaluación continua (A) o, excepcionalmente, mediante la realización del examen final ordinario (B).

La elección entre ambos sistemas deberá hacerse dentro de las dos primeras semanas de impartición de la asignatura a contar desde la fecha de comienzo efectivo de las clases. Aquellos alumnos que por razones justificadas no tengan formalizada la matrícula en la fecha de inicio del curso o del período de impartición de la asignatura, el plazo comenzará a computar desde el momento de su incorporación a la titulación.

Criterios de evaluación

En términos generales, la evaluación no sólo valorará conocimientos sino también el resto de las 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 planteamientos

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 rápida)
- Audición (Clara o confusa)
- Atención suscitada (mantiene la atención, no la mantiene)
- Amenidad 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.

Sistemas de Evaluación

EVALUACIÓN ORDINARIA

A. Sistema de Evaluación continua:

El proceso de evaluación continua utilizará diferentes estrategias y recogerá evidencias que guarden relación con todo el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumno durante la impartición de la asignatura, inclusive la realización de una prueba final.

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

Resolución tareas programadas en el curso (prácticas, casos, etc.):	40%
Controles o pruebas no programadas:	40%
Participación y aprendizaje activo:	20%

B. Sistema de evaluación final global (no evaluación continua)

Aquellos estudiantes que al inicio del curso no hayan escogido el método de evaluación continua, o hayan renunciado a ella, podrán acceder a una evaluación final, mediante una prueba escrita y/u oral que permita valorar si su aprendizaje individual ha sido suficiente o no para adquirir las competencias requeridas. Adicionalmente, para la evaluación final, se podrá exigir la realización de trabajos individuales cuando se juzguen que éstos son necesarios para la adquisición de algunas competencias genéricas y/o específicas de la asignatura. Dicha prueba se superará con al menos una puntuación de 5 sobre 10.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

De acuerdo con la normativa vigente, todo estudiante que no supere la evaluación en la convocatoria ordinaria tendrá derecho a realizar una prueba de evaluación en la convocatoria extraordinaria. Esta prueba tendrá características análogas a las descritas en el sistema de "Evaluación Final" para la evaluación ordinaria.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante.

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.

CÁRDENAS, J.P. y PULIDO, J.I. (2013): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis.

TRIBE, J. (2020): The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Ed. Routledge.

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 Hawaii 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 (1996): Tourism in Spain. Critical perspectives. Wallingford. CAB International.

COGHLAN, A. (2019): An Introduction to Sustainable Tourism. Goodfellow Publishers.

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

Dodds, R., & Butler, R. (Eds.). (2019). Overtourism: Issues, realities and solutions (Vol. 1). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

Bibliografía por lecciones

Lección 1ª:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante.

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.

CÁRDENAS, J.P. y PULIDO, J.I. (2013): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 1.

Lección 2ª:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante.

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.

CÁRDENAS, J.P. y PULIDO, J.I. (2013): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. Capítulo 1 y 2.

Lección 3ª:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante. Capítulo 2.

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

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

TRIBE, J. (2020): The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Ed. Routledge. Capítulo 4.

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:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante. Capítulo 3.

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.

TRIBE, J. (2020): The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Ed. Routledge. Capítulo 5.

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 5ª:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante. Capítulo 4.

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

TRIBE, J. (2020): The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Ed. Routledge. Capítulo 6.

Lección 6ª:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante. Capítulo 8.

BULL, A. (1995): La economía del sector turístico. Alianza Economía, Madrid. Capítulos 4 y 11.

TRIBE, J. (2020): The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Ed. Routledge. Capítulo 15.

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

CÁRDENAS, J.P. y PULIDO, J.I. (2013): Estructura económica del turismo. Ed. Síntesis. 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:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante.

DODDS, R., & BUTLER, R. (Eds.). (2019). Overtourism: Issues, realities and solutions (Vol. 1). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

GÖSSLING, S., & MICHAEL HALL, C. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74-96.

HUETE, R.; MANTECÓN, A. y MAZÓN, T. (2008): ¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial? Cuadernos de Turismo, nº 22; pp. 101-121. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/48091/46071>

MAZÓN, T. (Ed.) (2018). Turismo residencial. Nuevos estilos de vida: de turistas a residentes. Sant Vicent del Raspeig: Publicacions de la Universitat d'Alacant. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10045/83207>

Lección 8ª:

RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): Economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá/Editorial Universidad de Alicante. Capítulo 11.

TRIBE, J. (2020): The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Ed. Routledge. Capítulos 16 y 17.

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.

Recursos electrónicos

REVISTAS ACADÉMICAS Y CIENTÍFICAS

ANNALS OF TOURISM RESEARCH

CORNELL HOTEL AND RESTAURANT ADMINISTRATION QUARTERLY

CORNELL HOSPITALITY QUARTERLY

CUADERNOS DE TURISMO

CURRENT ISSUES IN TOURISM

ESTUDIOS TURÍSTICOS

JOURNAL OF HOSPITALITY & TOURISM RESEARCH

JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH

PAPERS DE TURISME

TOURISM ECONOMICS

TOURISM MANAGEMENT

TRAVEL AND TOURISM ANALYST

7. ORGANIZACIÓN DOCENTE ANTE UN ESCENARIO CON RESTRICCIONES DE MOVILIDAD O DE PRESENCIALIDAD

La Universidad de Alcalá garantiza a sus estudiantes que, si por exigencias sanitarias las autoridades competentes impidieran la presencialidad total o parcial de la actividad docente, los planes docentes alcanzarían sus objetivos a través de una metodología de enseñanza-aprendizaje y evaluación en formato online, que retornaría a la modalidad presencial en cuanto cesaran dichos impedimentos.