



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

ECONOMÍA MUNDIAL DEL TURISMO

**Facultad de Ciencias Económicas,
Empresariales y Turismo
Campus Guadalajara**

**Grado en Turismo (G681)
Universidad de Alcalá**

Curso Académico 2022/2023

3er Curso – 2er Cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	ECONOMÍA MUNDIAL DEL TURISMO
Código:	681002
Titulación en la que se imparte:	GRADO EN TURISMO G681
Departamento y Área de Conocimiento:	ECONOMÍA ECONOMÍA APLICADA
Carácter:	OBLIGATORIA
Créditos ECTS:	6
Curso y cuatrimestre:	3º CURSO (2º CUATRIMESTRE)
Profesorado:	Dr. D. JOSÉ MARÍA LÓPEZ MORALES (Coordinador)
Horario de Tutoría:	A convenir con el profesor previa petición por e-mail. josem.lopez@uah.es
Idioma en el que se imparte:	Español

1.a PRESENTACIÓN

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

La materia de Economía Mundial del Turismo permitirá a los estudiantes familiarizarse con los principales conceptos económicos y conocer básicamente las características de la economía del turismo.

Alguna parte del contenido del curso puede ser ya conocido por los estudiantes dentro del contexto social donde se mueven en un nivel de pura divulgación. Ahora se trata de adaptar su propia experiencia al ámbito técnico, para lo que se emplearán en la medida de lo posible casos cotidianos, con el fin de que puedan ver reflejada la realidad que les rodea en el ámbito estrictamente turístico.

Por otro lado, la materia Economía Mundial del Turismo permite al estudiante profundizar en la difícil tarea del debate económico y social a través del contraste de opiniones, la reflexión, el análisis y la defensa dialéctica de la propia opinión.

1.b PRESENTATION

The World Economy of Tourism subject aims to familiarize the student with the main economic concepts and to know basically the characteristics of the economy of tourism.

The student may already be familiar with some of the material covered in the course from their own general knowledge and contact with society. They will have the opportunity to relate their own experience to the specialised environment, where possible using everyday examples to see how the world around them is reflected in the field of tourism.

On the other hand, the student will also learn how to debate economic and social matters by sharing opinions and through reflection, analysis, and defending their own point of view.

Prerrequisitos y Recomendaciones

Se utilizará la plataforma del Aula Virtual o Blackboard como mecanismo de comunicación entre alumno-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación, en su caso. Por lo que se recomienda a los alumnos tener actualizada su fotografía en la ficha de alumno disponible en dicha Plataforma.

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.

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

¿Por qué Economía Mundial del Turismo?

El Turismo es una de las actividades económicas más importantes para países como España, por su generación de empleo y riqueza. Las actividades turísticas necesitan de un egresado con habilidades y competencias que provienen de muchas disciplinas, entre las que figura de manera destacada la economía.

Este carácter multidisciplinar, a la vez que es muy enriquecedor para el alumno, también exige una mente abierta y un abordaje de las cuestiones, en este caso económicas, sin complejos y prejuicios. La Economía en el Turismo es un asunto nuclear y esta materia no es la primera a la que el alumno se enfrenta en el Grado y sirve para profundizar en los conocimientos adquiridos en asignaturas impartidas previamente, en especial: Economía, Estructura del Mercado Turístico, y Análisis del Entorno Económico de la Empresa Turística. Además, permite avanzar en conceptos que después se desarrollan en profundidad en los itinerarios propuestos en el grado.

Esta guía docente recoge las actividades docentes a realizar de manera presencial, así como la realización de exámenes, presentaciones y otras actividades. Además, contempla la realización de otras actividades que pueden ser realizadas de manera virtual – tanto síncrona o asincrónamente -, como clases virtuales, píldoras de conocimiento, la entrega de trabajos vía plataforma, actividades de aprendizaje entre iguales (blogs o WIKI), ejercicios de autoevaluación o exámenes.

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 varias categorías:

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. Comprensión de 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. Manejo avanzado de 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. Diseño de 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. Capacidad de 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

Tema 1. La medición de la actividad económica turística

- 1.1.- La actividad económica.
- 1.2.- La medición de la actividad turística.
- 1.3.- La Balanza de Pagos y el turismo.

Tema 2. La economía mundial del turismo en el último siglo

- 2.1.- Crecimiento y convergencia económica.
- 2.2.- Transformaciones estructurales.
- 2.3.- Crecimiento y desarrollo económico mundial.
- 2.4.- La economía mundial del turismo en la actualidad.

Tema 3. Globalización y turismo

- 3.1.- El marco conceptual de la globalización.
- 3.2.- La expansión global del turismo.
- 3.3.- Relaciones comerciales económicas y turismo.
- 3.4.- Globalización y tecnología.

Tema 4: Competitividad e inteligencia en turismo

- 4.1.- Competitividad en los destinos turísticos.

- 4.2.- Competitividad de la industria turística.
- 4.3.- La competitividad en las empresas turísticas y las estrategias competitivas
- 4.4.- Competitividad e inteligencia turística.

Tema 5. Innovación y disrupción digital en el turismo

- 5.1.- La innovación en el sector turístico.
- 5.2.- El turismo ante los retos de la economía digital y la inteligencia artificial.
- 5.3.- Economía colaborativa, economía de plataformas y turismo.
- 5.4. Destinos inteligentes basados en la disrupción.

Tema 6. La sostenibilidad turística

- 6.1.- El concepto de sostenibilidad.
- 6.2.- Análisis económico del uso de los recursos naturales y ambientales.
- 6.3.- La contribución del turismo al desarrollo sostenible.
- 6.4.- Economía circular y turismo.
- 6.5.- Turismo y cambio climático.

Temas	Total horas, clases, créditos o tiempo de dedicación
• Tema 1	• 9 horas presenciales
• Tema 2	• 6 horas presenciales
• Tema 3	• 6 horas presenciales
• Tema 4	• 9 horas presenciales
• Tema 5	• 6 horas presenciales
• Tema 6	• 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.

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.- ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

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 detallar 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.

Número de horas totales: 150

Número de horas presenciales: 48	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría: 21 • Práctica: 21 • Evaluación global: 6
Número de horas del trabajo propio del estudiante: 102	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de prácticas: 55 horas • Estudio autónomo: 47

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

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,
---------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios para temas específicos y posterior elaboración de un trabajo • Tutorías colectivas • A lo largo de estas sesiones el profesor expondrá o proporcionará a los alumnos una síntesis de los contenidos teóricos. Algunos temas serán elaborados y presentados por los alumnos. El profesor facilitará y apoyará este proceso con su enseñanza y será el estudiante el constructor de su propio aprendizaje. En algunas partes de la asignatura se podrán usar técnicas de enseñanza invertida (“flipped classroom”), de aprendizaje basado en proyectos y de aprendizaje basado en juegos.
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 de la UAH
Tutorías individualizadas	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento individual o grupal.

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.

4.3. Materiales y Recursos

Dadas las características de la asignatura los alumnos pueden utilizar un amplio abanico de materiales y recursos, entre los que pueden destacarse lo siguientes:

- Manuales
- Libros de referencia
- Libros de ejercicios
- Artículos científicos
- Artículos periodísticos
- Estadísticas internacionales, nacionales y regionales
- Materiales audiovisuales: películas y documentales
- Plataforma de aula virtual
- Aulas de informática
- Software: Procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones, navegadores de
- Internet, tratamiento de video
- Herramientas Web 2.0

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 a 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 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 trabajo 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)
- 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%

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 a 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

- ALONSO, J.A. (Director) (2021): Lecciones sobre economía mundial. Introducción al desarrollo de las relaciones económicas internacionales, Thomson-Civitas, Madrid
- BENCKENDORFF, P.J.; XIANG, Z. Y SHELDON, P.J. (2019): Tourism information technology. Wallingford, UK: CABI
- COGHLAN, A. (2019): An Introduction to Sustainable Tourism. Goodfellow Publishers.
- DWYER, L. y FORSYTH, P. (2006): International handbook on the economics of tourism. Cheltenham : Edwar Elgar
- DWYER, L., FORSYTH, P. y DWYER, W. (2020): Tourism Economics and Policy. Channel View Publications.
- MAK, J. (2004): Tourism and the Economy: Understanding the Economics of Tourism. University of Hawai'i Press. Honolulu.
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (1996): Introducción a la economía del turismo en España. Ed. Civitas, Madrid.
- **RAMÓN RODRÍGUEZ, A. y SUCH DEVESA, M.J. (2022): La economía del turismo. Editorial Universidad de Alcalá.**
- STABLER, M.; PAPTAEODOROUY, A. y SINCLAIR, M.T. (2009): The Economics of Tourism. Routledge. Nueva York.
- TRIBE, J. (2016): The economics of recreation, leisure and tourism. Routledge London; New York
- VANHOVE, N. (2011): Economics of Tourism Destinations. Elsevier.

Bibliografía Complementaria

- ATELJEVIC, J. y PAGE, S.J. (2009): Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives. Butterworth-Heinemann. Elsevier. Oxford.
- BULL, A. (1994): La economía del sector turístico. Alianza Editorial.
- CÁRDENAS, J.P. y PULIDO, J.I. (2013): Estructura económica de los mercados turísticos. Ed. Síntesis.
- EUROSTAT (2002): Manual Europeo de implantación de la Cuenta Satélite de Turismo. Oficina de publicaciones de las Comunidades Europeas.
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI) (2009): Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional, sexta edición.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2002): La Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología y primeras estimaciones (1996-1999).

- LUNDBERG, D.E.; M. KRISHNAMOORTHY y M.H. STAVENGA (1995): Tourism Economics. Ed. John Wiley and Sons.
- NACIONES UNIDAS (2010). Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco metodológico, 2008. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales.
- PAGE, S.J. (2019): Tourism Management (6ª Ed.). New York : Routledge.
- SINCLAIR, M.T. y M.J. STABLER (EDS.) (1991): The tourism industry: An international analysis. Wallingford. CAB International.
- SMITH, S.L.J. (1996): Tourism analysis: A handbook. 2ª Ed. Ed. Longman.
- WITT, S.F. y MOUTINHO, L (1996): Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall, London

Revistas

- Tourism Management
- Journal of Travel Research
- International Journal of Hospitality Management
- Annals of Tourism Research
- Current Issues in Tourism
- Journal of Sustainable Tourism
- Journal of Hospitality & Tourism Research
- Tourism Review
- Journal of Hospitality & Tourism Technology
- International Journal of Tourism Research
- Tourism Economics
- Cuadernos De Turismo
- Investigaciones Turísticas
- Papers de Turisme
- Estudios Turísticos

Direcciones de interés:

www.world-tourism.org	Organización Mundial de Turismo (estadísticas de turismo)
www.e-unwto.org/loi/unwtotfb	
ec.europa.eu/eurostat	Oficina Europea de Estadística (Eurostat)
datos.bancomundial.org	Banco Mundial (datos)
data.oecd.org/	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (datos)
www.unece.org/stats	Comisión Económica para Europa de la ONU. (división estadística)
unctadstat.unctad.org/	Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (estadísticas)
www.wttc.org	World Travel & Tourism Council
www.ine.es	Instituto Nacional de Estadística
www.bde.es/bde/es/areas/estadis/turismo.gob.es/	Banco de España (estadísticas)
www.tourspain.es	Turespaña (Centro de Documentación Turística de España)
www.segittur.es	Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR)
www.exceltur.org/	Exceltur
www.tourismpartnership.org/	Sustainable Hospitality Alliance
www.ectaa.org	Asociación Europea de Agencias de Viajes y Touroperadores (ECTAA)

www.hotrec.org	Asociación Europea de Hostelería (HOTREC)
www.ecotourism.org	Asociación Internacional de Ecoturismo
www.ih-ra.org/	Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes
http://www.cehat.com/	Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
www.aedave.es	Asociación Empresarial de Agencias de Viajes españolas
www.aena.es	Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea
www.icte.es	Instituto para la Calidad Turística Española
www.hvs.com	Consultora turística HVS
www.strglobal.com	Consultora turística STR Global
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.hotelsnewsnow.com	Noticias globales sector hotelero

7. NOTA INFORMATIVA

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.