



MÁSTER EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, MENCIÓN TURISMO
INTERNACIONAL

MÓDULO A. ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO
2019-2020



I. Identificación del Módulo

| | |
|--------------------------|------------------------------------|
| Tipo | OBLIGATORIA |
| Periodo de impartición | 1 trimestre |
| Idioma en que se imparte | Castellano |
| Horas | 24 hrs. 8 encuentros de 3hr |

II. Presentación

Conocer las bases del Turismo en España y el Mundo; conceptos básicos desde el punto de vista histórico, geográfico y social; lo cual permitirá al participante identificar los elementos clave del turismo y su repercusión en la sociedad actual; y las nuevas tendencias a nivel global. Adentrarse en el mundo de las empresas de turismo como Hoteles, restaurantes, agencias de viaje, etc; y conocer su funcionamiento integral para reconocer las oportunidades que brinda este dinámico sector.

III. Competencias Genéricas y Específicas

- Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución del mercado
- Capacidad de tomar decisiones
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor
- Aprendizaje autónomo.
- Ser capaz de reconocer las características del turismo en España.
- Ser capaz de tomar decisiones estratégicas basado en el conocimiento del entorno turístico global
- Ser capaz de analizar las oportunidades del entorno y establecer parámetros claros de los sectores, segmentos y nichos del mercado
- Reconocer el sistema turístico español y su vinculación con el mundo
- Identificar las tendencias del turismo en el mundo y para aportar ideas innovadoras que generen valor al cliente y al entorno turístico.

IV. Contenidos

1. Turismo: definición y evolución histórica (3 horas)

1.1. Concepto de turismo y su evolución a lo largo de la historia

1.2. Evolución histórica del turismo hasta el marco actual del turismo



1.2.1. La evolución del ocio y del empleo del tiempo libre en la historia de la humanidad: Grecia clásica y Roma

1.2.2. Edad Media

1.2.3. Renacimiento

1.2.4. S. XVII-comienzos S. XIX.

1.2.5. S. XIX: La Revolución Industrial

1.2.6. 1919-1950

1.2.7. 1950-1973

1.2.8. 1973-finales años 90: turismo de masas

1.2.9. Marco actual del turismo

2. Sistema turístico (19 horas)

2.1. Los agentes turísticos

2.2. Conceptos básicos de del sistema de economía.

2.2.1. La oferta, curva y función de oferta.

2.2.2. La demanda, curva y función de demanda.

2.3. La oferta turística

2.3.1. Recursos turísticos

2.3.2. Servicios turísticos

2.3.2.1. Alojamientos turísticos

2.3.2.1.1. Formas de explotación.

2.3.2.1.2. Formas de propiedad.

2.3.2.1.3. Los precios en la hostelería.

2.3.2.1.4. Tipos de habitaciones.

2.3.2.1.5. Las tarifas de hostelería.

2.3.3. Equipamientos e infraestructuras

2.4. La demanda turística

2.4.1. Tipos de viajeros

2.4.2. Factores que influyen en el mercado actual

2.4.3. Tipos de viajeros que destacan actualmente en la demanda turística



2.4.4. Principales tendencias del sector turístico

2.5. Espacio geográfico

2.5.1. Corrientes y núcleos turísticos

2.5.2. Formas de protección de la naturaleza

2.5.2.1. Formas de protección de la naturaleza a nivel nacional

2.5.2.2. Formas de protección de la naturaleza a nivel europeo

2.5.2.3. Formas de protección de la naturaleza a nivel internacional

2.6. Operadores de turismo y la distribución turística

2.6.1.1. Canales de distribución online en turismo

2.6.1.1.1. Modelos de Intermediación Tradicionales

2.6.1.1.2. IDS (Internet Distribution Systems)-Canales de distribución online-Portales

2.6.1.1.3. GDS-Global Distribution Systems

2.6.1.1.4. CRS-Centrales de reservas

2.6.1.1.5. GNE-GDS

2.6.1.1.6. Compañías de representaciones corporativas

2.6.1.1.7. Nuevos modelos de Intermediación turística.

2.7. Producto turístico

2.7.1. Clasificaciones del turismo

2.7.1.1. Punto de vista económico

2.7.1.1.1. Formas de turismo

2.7.1.1.2. Categorías de turismo

2.7.1.2. Otras clasificaciones

2.7.1.3. Motivaciones turísticas

2.7.1.3.1. Tipos de turismo según la motivación del viajero

3. Marketing-mix (4 horas)

3.1. Concepto de marketing

3.2. Elementos del marketing

3.3. Concepto de Marketing-Mix



3.4. Estrategias del marketing Mix: 4P

3.4.1. Producto

3.4.1.1. Funciones del producto

3.4.1.2. Ciclo de vida del producto

3.4.2. Precio

3.4.2.1. Factores determinantes del precio

3.4.3. Distribución

3.4.4. Promoción

3.4.4.1. Instrumentos de promoción

3.4.4.1.1. Otros instrumentos de promoción

V. Evaluación.

- Nivel de participación y proactividad en las sesiones.
- Presentaciones, casos y trabajos realizados individualmente o en grupo.