



Ecosistema
turístico I
**Grado en Turismo y
Empresas Turísticas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Ecosistema turístico I

Titulación: Grado en Turismo y Empresas Turísticas

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Leslie Bravo Chew

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K1. Conocer los fundamentos del turismo así como comprender su carácter transversal a través del estudio de sus diferentes dimensiones: económica, espacial, social, cultural, medioambiental, legal, etc.

K2. Comprender el sistema turístico, el mercado y los agentes intervinientes, así como sus interrelaciones y comportamientos y la importancia de la inteligencia turística.

K6. Conocer la gestión, operaciones y procesos de empresas turísticas (alojamiento, intermediación, organización de eventos, etc.) y el valor de la transformación y los datos.

K8. Conocer desde un punto de vista teórico y práctico los mecanismos para la adecuada gestión de destinos turísticos, desde la política turística, la planificación, los modelos de desarrollo, recursos, tipologías turísticas, impactos generados por el turismo, la sostenibilidad de los destinos, la transición ecológica y digital.

1.2. Habilidades y destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S2. Aplicar los instrumentos de gestión sostenible y modelos para la planificación y gestión de destinos turísticos.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se considera ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos mínimos

- Fundamentos y evolución del turismo
- El sistema turístico
- Tipología y características de la oferta turística
- Alojamientos turísticos: caracterización, tipologías, operaciones y procesos
- Establecimientos de restauración: caracterización, tipologías, operaciones y procesos
- Utilización de fuentes estadísticas y Big Data para su medición.

2.3. Contenido detallado

1. Fundamentos y evolución del turismo
 - 1.1. Conceptos básicos
 - 1.2. Orígenes y evolución
2. El sistema turístico
 - 2.1. Concepto de turismo
 - 2.2. Tipología y características de la oferta turística
3. Utilización de fuentes estadísticas y Big Data para su medición.
 - 3.1. Fuentes estadísticas
 - 3.2. Big Data para el turismo
4. Alojamientos turísticos
 - 4.1. Caracterización
 - 4.2. Tipologías
 - 4.3. Calidad
 - 4.4. Distribución y evolución
 - 4.5. Operaciones y procesos
 - 4.6. Nuevas tendencias: economía colaborativa
5. Establecimientos de restauración
 - 5.1. Caracterización
 - 5.2. Tipologías
 - 5.3. Calidad
 - 5.4. Distribución y evolución
 - 5.5. Operaciones y procesos
 - 5.6. Gastronomía

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida (AD1): *Análisis de datos y estadísticas* relacionadas con la oferta. Los alumnos, de manera individual, deben elaborar, analizar e interpretar los datos recogidos en tablas estadísticas.

Actividad Dirigida (AD2): *Búsqueda de información estadística a nivel autonómico*. Los alumnos, de manera individual, deben buscar datos estadísticos publicados por el INE acerca de una comunidad autónoma.

Actividad Dirigida (AD3): *Actividad relacionada con la oferta turística colaborativa a través de plataformas virtuales*.

Actividad Dirigida (AD4): *Trabajo final*. El objetivo principal del trabajo es conocer en profundidad la estructura de la oferta del mercado turístico de un destino. Para ello habrá que analizar toda la información disponible en las fuentes secundarias estadísticas. Los alumnos deberán entregar el trabajo impreso y también hacer una presentación oral en clase en el día asignado.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 – Clases magistrales	27,5	27,5 (100%)
AF2 – Clases prácticas. Seminarios y talleres	17,5	17,5 (100%)
AF3 – Tutorías	4	2 (50%)
AF4 – Trabajo individual y en grupo del estudiante	9	0 (0%)
AF5 – Estudio individual y trabajo autónomo	90	0 (0%)
AF6 – Evaluación	2	2 (100%)
Total	150	49

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	40%
SE2 – Examen parcial (opcional)	10%
SE3 – Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	30%
SE3 – Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en el examen final.

Asimismo, será necesario obtener una calificación media mínima de 5 en la presentación de actividades y trabajos para poder hacer media con el examen final. De lo contrario, la calificación a ponderar en este concepto será 0.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

-Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)

-Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas literales no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.**

Se usará el sistema APA (American Psychological Association) para las citas y referencias bibliográficas en todos los trabajos.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

AECIT (2018). *La actividad turística española en 2017*. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.

BAYÓN MARINÉ, F. (1999). *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: Universitaria Ramón Areces, D.L.

CASAS, J. M.; MARTOS, E. I.; TEJERA, I. (2018). *Estadística aplicada al turismo*. Madrid: Universitaria Ramón Areces, UNED.

FEHR (2016). *Los sectores de la hostelería en 2015*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.

FIGUEROLA, M. y MARTÍN, C. (coords.) (2019). *Modelos de gestión e innovación en turismo*. Cizur Menor (Navarra): Aranzadi: Thomson Reuters: Civitas.

FIGUEROLA, M. (2000). *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Madrid: Civitas.

- FIGUEROLA, M. (2010). *Hacia un nuevo turismo español: una reflexión sobre el futuro*. Madrid: Federación Española de Hostelería y Restauración.
- GONZALEZ, L. y TALON, P. (2002). Dirección Hotelera. Operaciones y Procesos. Madrid: Ed. Síntesis.
- GUNTER, U. y ÖNDER, I. (2016). Forecasting city arrivals with Google Analytics [Recurso electrónico], *Annals of tourism research*, v.61, 199-212.
- LÓPEZ, J. J. (Coord.) (2013). La estructura económica de los mercados turísticos. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- LIZARRALDE, E. y FERRO, E. (dirs.) (2015). Medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local. Madrid: Escuela de Organización Industrial.
- MONTANER MONTEJANO, J. (1996). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Ed. Síntesis.
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (Dir.) (1996). *Introducción a la economía del Turismo en España*. Madrid: Civitas. Tratados y Manuales.
- VOGELER, C. y HERNANDEZ, E. (2018). *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- RODRÍGUEZ ANTON, J.M. y ALONSO ALMEIDA, M. (2019) Organización y dirección de empresas hoteleras. Madrid. Editorial Síntesis.

Bibliografía recomendada

- BERNARD, D., LOCKWOOD, A., ALCOTT P. (2012), Food and Beverage Management. New York. Ed. Routledge.
- DELOITTE (2018). *The hotel property Handbook 3.0, Investment & Financing Keys, Spain 2018*.
- EXCELTUR (2024). Balance empresarial de cierre de año 2023 y perspectivas para 2024, *Informe Perspectivas Turísticas*, 87
- EXCELTUR (2015). Alojamiento turístico en viviendas de alquiler. Impactos sociales y económicos sobre los destinos españoles derivados del exponencial aumento del alquiler de viviendas turísticas de corta duración, impulsado por los nuevos modelos y canales de comercialización P2P.
- LÓPEZ, J. J. (Coord.) (2013). La estructura económica de los mercados turísticos. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- MOLINA, P. (2020). Elementos de Dirección Hotelera. Grupo editorial Letrame.

Otros recursos

- Asociación Empresarial Hotelera de Madrid <http://www.aehm.es/>
- Asociación Española de Directores de Hotel <http://www.aedh.es>
- CaixaBank. [Food & Beverage](#)
- CaixaBank. [Modelo de gestión de un restaurante](#)
- Comisión Europea – Eurostat www.ec.europa.eu/eurostat
- Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos <http://www.cehat.com/>
- European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org/>
- Exceltur <http://www.exceltur.org>
- Federación Española de Hostelería <http://www.fehr.es/>
- HOTREC. Hospitality Europe. <http://www.hotrec.eu/>
- Instituto de Estudios Turísticos <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto Nacional de Estadística www.ine.es
- Instituto para la Calidad Turística Española www.icte.es
- International Association of Scientific Experts in Tourism www.aiest.org
- International Hotel and Restaurant Association <http://www.ih-ra.com/>
- Organización Mundial de Turismo www.unwto.org/index_s.php
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico www.oecd.org
- Revista Hosteltur <http://www.hosteltur.com/>
- Revista Nexotur <http://www.nexotur.com/>
- World Travel and Tourism Council www.wttc.org