

Introducción a la Economía Turística

Código: 104950
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	FB	1	1

Contacto

Nombre: Albert Vancells Farraro

Correo electrónico: Albert.Vancells@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: Sí

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

No existen

Objetivos y contextualización

Este curso introduce los conceptos de la teoría económica a los estudiantes del grado en turismo. Es un tema de carácter fundamental donde los estudiantes comienzan en los conceptos básicos que posteriormente tendrán que utilizar en el resto de asignaturas de contenido económico. Concretamente, el curso describe los elementos esenciales de la microeconomía desde una perspectiva teórica, analítica y práctica. El enfoque del curso es muy práctico y se pretende que los contenidos teóricos se apliquen en forma de ejercicios, análisis de gráficos, así como otras actividades complementarias.

El desarrollo de este tema contiene los siguientes objetivos educativos:

1. Demostrar que conocen y comprenden los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas. Identificar los fundamentos básicos de la teoría económica desde una perspectiva microeconómica.
2. Identificar y evaluar los elementos del sistema turístico y su interacción con el medio ambiente y su impacto. El análisis de oferta y demanda turística, el consumidor, la empresa, el mercado, etc. Por último, los impactos que la actividad turística genera en la economía en su conjunto, como las externalidades.
3. Evaluar la dimensión económica del turismo en diferentes áreas territoriales y analizar la interacción entre ellos. Entender el comportamiento del mercado y la lógica de la "mano invisible" que lo regula desde una perspectiva estática y dinámica. Profundizar en los diferentes conceptos pero de forma gradual según la presencia de asignaturas específicas a lo largo del grado

Competencias

- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Identificar y evaluar los elementos del sistema turístico y su interacción con el entorno así como su impacto.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.
- Valorar la dimensión económica del turismo a diferentes escalas y analizar la interrelación entre ellas.

Resultados de aprendizaje

1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
2. Describir la demanda y oferta turística, los ciclos y crecimiento económico, así como las relaciones económicas internacionales del sector.
3. Determinar el impacto económico generado por el turismo.
4. Identificar la base teórica y conceptual del análisis económico turístico, tanto desde la vertiente microeconómica como desde la macroeconómica.
5. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
6. Relacionar la dimensión económica del turismo a través del análisis de la demanda y la oferta turística, de los mercados y los ciclos económicos, entre otros elementos.
7. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
8. Trabajo en grupo.

Contenido

TEMA I: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

- 1.1. Escasez y elección: la economía como ciencia
- 1.2. La Frontera de Posibilidades de Producción
- 1.3. Coste de oportunidad y aplicaciones

TEMA II: LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA

- 2.1. El flujo circular de la renta
- 2.2. Sistemas económicos: el mercado
- 2.3. Análisis y determinantes de la demanda
- 2.4. Análisis y determinantes de la oferta

TEMA III: EQUILIBRIO DE MERCADO, ELASTICIDADES Y REGULACIÓN PÚBLICA

- 3.1. Equilibrio de mercado y variaciones
- 3.2. Elasticidades
- 3.3. Regulación pública: precios máximos, mínimos, impuestos y subvenciones

TEMA IV: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y LA DEMANDA.

- 4.1. La racionalidad del consumidor
- 4.2. Restricción presupuestaria
- 4.3. Preferencias y maximización de la utilidad
- 4.4. Efecto sustitución y efecto renta en la elección óptima

TEMA V: LA TEORÍA DE LA EMPRESA: PRODUCCIÓN Y COSTES

- 5.1. La función de producción a corto plazo
- 5.2. La función de costes a corto plazo
- 5.3. La producción a largo plazo y rendimientos a escala
- 5.4. Los costes a largo plazo
- 5.5. Maximización de beneficios de la empresa

TEMA VI: ANÁLISIS DE MERCADOS ESPECÍFICOS: COMPETENCIA PERFECTA Y MONOPOLIO

- 6.1 Introducción: diferentes posibilidades de mercado
- 6.2 Condiciones y maximización de beneficios con competencia perfecta
- 6.3 El equilibrio competitivo a corto plazo y a largo plazo
- 6.4 El monopolio
- 6.5 Introducción a la teoría de juegos para situaciones de oligopolio

Metodología

La asignatura funciona en base a tres metodologías de enseñanza - aprendizaje: a) Metodología de la parte teórica de la asignatura: Mediante clase magistral se exponen los contenidos de los temas de la asignatura incluidas en el programa. Esta parte se complementa con ejercicios demostración hechos en la pizarra.

b) Metodología de la parte práctica de la asignatura: Realización de ejercicios en clase, tanto de manera individual como en grupo, y exposición en clase de forma individual de la resolución de los mismos. También está previsto realizar ejercicios de repaso fuera del horario de clase.

c) Metodología de la parte no presencial de la asignatura (Campus Virtual): La plataforma del Campus Virtual se empleará como complemento de formación y medio de comunicación alternativo al aula entre alumnos y profesor. En el Campus Virtual estará la ficha de la asignatura, los ejercicios y material complementario de la asignatura. Además se elaborará un trabajo no presencial sobre diferentes temáticas que relacionan la economía con el sector turístico. El trabajo elaborado por equipos será necesario hacer su entrega en un documento en papel para su evaluación. También se incluirá la preparación de algunos temas/ejercicios de economía aplicada de la actividad turística que se incluirán al proceso de evaluación.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	35	1,4	2, 3, 4, 5, 6
Estudio	24	0,96	2, 1, 3, 4, 5, 6
Resolución casos prácticos	12	0,48	2, 1, 3, 4, 6
Tipo: Supervisadas			
Trabajo en grupo	26	1,04	2, 1, 3, 4, 5, 7, 6, 8
Tutorías	22	0,88	1, 5
Tipo: Autónomas			
Estudio de casos	12	0,48	2, 1, 3, 4, 5, 6, 8

Evaluación

La evaluación continuada de esta asignatura consta del siguiente sistema:

a) La realización y exposición/discusión de ejercicios individuales, presenciales y online a lo largo del curso, entregados dentro del plazo fijado, que valdrá un 10% de la nota final.

b) La realización de un trabajo no presencial, en equipo, sobre la relación de la economía y el turismo.

Entregar en la fecha establecida. Esta parte valdrá un 20% de la nota final. c) La realización de dos pruebas individuales sobre el material teórico, los ejercicios prácticos y sobre los temas preparados de economía aplicada, en la parte no presencial, que valdrá un 70% de la nota final. Se requerirá una nota media entre las dos pruebas de un mínimo de 4 puntos para calcular la media final con los bloques a y b con la condición de que la nota mínima de cualquier parcial debe ser de al menos 3 puntos. Para aprobar la evaluación continuada se requiere una nota media entre los tres bloques (a,b,c) de 5 puntos. En caso de no aprobar la evaluación continuada se deberá realizar un examen final de la asignatura de todo el temario y aprobar con una nota igual o superior a 5 puntos.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios Individuales	10%	5	0,2	2, 3, 4, 5, 7, 6
Examen 1	35%	2	0,08	2, 1, 3, 4, 6

Examen 2	35%	2	0,08	2, 1, 3, 4, 6
Prácticas en equipo	20%	10	0,4	2, 1, 3, 4, 5, 7, 6, 8

Bibliografía

- MANKIW, N. (2015): "Principios de economía", Ed. Thomson
- BEGG, D. (2012): "Economía". Ed. McGraw-Hill
- MOCHON, F. (2004): Economía y Turismo. Ed. McGraw-Hill
- CASTEJÓN, M. Y PÉREZ, E. (2009): Introducción a la economía para turismo. Ed. Prentice Hall
- FRANK, ROBERT H. (2004): Microeconomía y conducta. Ed. McGraw-Hill
- TRIBE, J. (2013). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Oxford, Ed. Elsevier (4th Edition)
- REECE, W. (2009). The Economics of Tourism. Pearson
- Bibliografía complementaria:
- BARBÉ, LLUÍS (1993). Curs d'introducció a l'economia (2a ed). Bellaterra: Publicacions de la UAB.
- BLAIR, ROGER D., (1983): Microeconomía con aplicaciones a la empresa. Ed. McGraw-Hill.
- FAYOS SOLÀ, E., (1991) "Competitividad y calidad en la nueva era del turismo", Estudios Turísticos, nº 123, p. 5-10
- FERNÁNDEZ FUSTER, R., (1989) Introducción a la teoría y técnica del turismo, Alianza Universidad Textos
- HEILBRONER, ROBERT L, THUROW, LESTER C (1993). Introducció a l'economia (3ª ed). Barcelona: Empúries.
- MARTÍNEZ ALIER, JOAN (1984). L'Ecologisme i l'economia: història d'unes relacions amagades. Barcelona: Ed. 62.
- O.M.T. (1998) Introducción al turismo, Madrid.
- PYNDICK, ROBERT S. AND DANIEL L. RUBINFELD, (1998): Microeconomía, Ed. McGraw-Hill.
- ROBINSON, JOAN; EATWELL, JOHN (1973). An introduction to modern economics. London: McGraw-Hill.
- STIGLITZ, JOSEPH E. (1998): Microeconomía, Ed.Barcelona Ariel.
- VARIAN, HAL R. (1994): Microeconomía intermedia un enfoque moderno. Ed. Antoni Bosch.