

Guía Docente: Introducción a la Economía del Turismo

Prof. Joan Margalef

Nombre: Introducción a la Economía del Turismo

Código: 101192

ECTS: 6

Grado: Grado en Turismo

Curso: 2020-2021

Clases Virtuales: Martes 9h – 11h (Software: Microsoft Teams)

Clases Presenciales: Jueves 8:45h – 10:45h (Grupo 1) y 11h – 13h (Grupo 2)

Aula: Aula 207C (Grupo 1 y Grupo 2)

Tutorías: Jueves 16h – 17h (Virtuales)

Periodo: Primer cuatrimestre

Idioma: Castellano

Profesor: Joan Margalef (joan.margalef@uab.cat)

Info asignatura: A través del Campus Virtual

1 Presentación

Este curso introduce los conceptos de teoría económica a los estudiantes de Licenciatura en Turismo. Es un tema de “principios” de economía donde los estudiantes se inician en los conceptos básicos que se utilizarán más adelante en otras materias con contenido económico. Específicamente, el curso describe los elementos esenciales de la microeconomía desde un punto de vista teórico y analítico. El contenido teórico se intenta aplicar en forma de ejercicios, análisis de cuadros y otras actividades. **Referencia:** [Mankiw \(2017\)](#).

2 Objetivos

1. Probar que conocen y entienden los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas. Identificar los fundamentos de la teoría económica desde la perspectiva microeconómica.
2. Identificar y evaluar los elementos del sistema turístico y su interacción con el medio ambiente y su impacto. El análisis de la oferta y la demanda turística, el consumidor, los negocios, el mercado, etc.
3. Evaluar la dimensión económica del turismo en diferentes áreas geográficas y analizar la interacción entre ellas. Comprender el comportamiento del mercado y la lógica de la

“mano invisible” que regula tanto la perspectiva estática como la dinámica. Analizar los diferentes conceptos pero de forma parcial teniendo en cuenta la presencia de asignaturas específicas a lo largo del grado.

3 Habilidades específicas y resultados de aprendizaje

CE15. Evaluar la dimensión económica del turismo en diferentes escalas y analizar la relación entre ellas.

CE15.1. Identificar y aprender conceptos económicos en las economías de mercado.

CE15.2. Comprender los conceptos básicos del comportamiento de los agentes económicos en diferentes entornos competitivos (competencia perfecta, monopolio, etc.).

CE10. Discutir críticamente desde diferentes perspectivas teóricas y prácticas ideológicas, la realidad que rodea al turismo.

CE10.1. Comprender que la lógica de la economía de mercado tiene un componente de apoyo ideológico.

CE10.2. Comprender que la teoría económica se basa simplemente en el estudio del comportamiento de los agentes, y otros factores (psicológicos, sociales, antropológicos, culturales, etc.) también influyen en su comportamiento.

4 Competencias Transversales

CT1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje independiente.

CT4. Usar habilidades de comunicación en todos los niveles.

CT5. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre, así como poder evaluar y predecir las consecuencias de estas decisiones a corto, mediano y largo plazo.

CT10. Trabajar en grupo.

5 Temario

1. Principios de la Economía – Slides 1 y 2

- (a) Escasez y elección
- (b) El diagrama de flujo circular
- (c) Frontera de posibilidades de producción
- (d) Coste de oportunidad y aplicaciones prácticas

2. Oferta y Demanda en la Economía – Slides 3

- (a) Sistemas económicos: el mercado
- (b) Análisis y determinantes de la demanda
- (c) Análisis y determinantes de la oferta
- (d) Equilibrio del mercado y variaciones

3. Equilibrio de mercado, elasticidades e intervención gubernamental – Slides 4 y 5

- (a) Elasticidades de demanda y oferta
- (b) Intervención del gobierno: precios mínimos y máximos e impuestos

4. Comportamiento del consumidor – Slides 6

- (a) Racionalidad del consumidor
- (b) Restricción presupuestaria
- (c) Preferencias del consumidor y maximización de la utilidad
- (d) Efecto ingreso por un cambio en el presupuesto
- (e) Efecto de sustitución, ingreso y total por un cambio en los precios

5. Teoría de la Empresa – Slides 7

- (a) Introducción a la teoría de la empresa
- (b) Introducción al análisis de costes
- (c) Economías de escala

6. Mercados de Competencia Perfecta y Monopolios – Slides 8

- (a) Características de los mercados de competencia perfecta
- (b) Maximización de los beneficios en mercados competitivos
- (c) Características básicas de los monopolios
- (d) Maximización de los beneficios en mercados de monopolio
- (e) Análisis a largo plazo de los beneficios y del precio de equilibrio

6 Evaluación

La nota mínima para aprobación es 5/10. Las notas finales serán calculadas de acuerdo con el siguiente sistema de valoración continuada.

1. Entregar dos tareas (lista de ejercicios) en el plazo establecido, 5% de la nota cada una (10% de la nota final en total);
2. Entregar un proyecto práctico sobre la relación entre la economía y el turismo. 20% de la nota final;
3. Exámenes Parciales (70% de la nota final):
 - Parcial 1: Temas 1, 2 y 3, duración 1h30min (35% de la nota final)
 - Parcial 2: Temas 4, 5 y 6, duración 1h30min (35% de la nota final)

Los estudiantes que no logren una calificación final de 5/10 en la evaluación continua tendrán que hacer el examen final, cubriendo los Temas 1 a 6 que contará el 100% de la nota final. Si logra una calificación igual o superior a 5/10 en el examen de reevaluación, el estudiante aprobará el curso con una calificación de 5/10, sin importar su calificación en el examen de reevaluación.

7 Calendario

- 29 septiembre 2020: Inicio de las clases;
- Semanas 1 – 4 (hasta 22 octubre): temas 1 a 3
- 29 octubre 2020: Entrega de la Lista 1
- Semana 6: Clases de revisión de los temas 1 a 3
- 12 noviembre 2019: Examen parcial 1
- Semanas 8 – 11 (17 nov. a 10 dic.): temas 4 a 6
- 3 diciembre 2020: Entrega proyecto práctico
- 17 diciembre 2020: Entrega de la Lista 2
- Semanas 12 – 13: Clase de revisión de los temas 4 a 6
- 8 enero 2021: Examen parcial 2
- 18 enero 2021: Examen final (alumnos suspendidos en la evaluación continua)
- 9 febrero 2021: Examen de reevaluación (alumnos suspendidos en ambas evaluaciones)

8 Referencias

Begg, David, *Foundations of economics*, McGraw-Hill, 2006.

Cook, Roy A, Laura J Yale, and Joseph J Marqua, *Tourism: The business of travel*, Prentice Hall, 2002.

Kreps, David M, *Microeconomics for managers*, Princeton University Press, 2019.

Mankiw, Gregory, *Principios de economía*, Cengage Learning, 2017.

Mankiw, N Gregory, *Principles of economics*, Cengage Learning, 2014.

McIntosh, Robert Woodrow, Charles R Goeldner, JR Brent Ritchie et al., *Tourism: principles, practices, philosophies*. number Ed. 7, John Wiley and Sons, 1995.

Montijano, Rafael Castejón and Esther Méndez Pérez, *Introducción a la economía para turismo* number 338 C2757i Ej. 1, Pearson, 2003.

Reece, William S, *The economics of tourism*, Pearson College Div, 2009.

Shy, Oz, *How to price: a guide to pricing techniques and yield management*, Cambridge University Press New York, 2008.

Tribe, John, *The economics of recreation, leisure and tourism*, Routledge, 2011.