



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA

GUÍA DOCENTE

CURSO: 2018/19

**40742 - ANÁLISIS ECONÓMICO DEL
TURISMO**

CENTRO: 151 - Facultad de Economía, Empresa y Turismo
TITULACIÓN: 4007 - Grado en Economía
ASIGNATURA: 40742 - ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO
CÓDIGO ULPGC: 40742 **CÓDIGO UNESCO:**
MÓDULO: ECONOMÍA ESPAÑOLA, **MATERIA:** REGIONAL Y SECTORIAL **TIPO:** Optativa
CRÉDITOS ECTS: 6 **CURSO:** 4 **SEMESTRE:** 2º semestre
LENGUA DE IMPARTICIÓN (Especificar créditos de cada lengua)
ESPAÑOL: 6 **INGLÉS:** 0

SUMMARY

This subject deals with the economic analysis of tourism. It comprises four parts: i) Economic impact of tourism. It employs macroeconomic tools such as Input-Output analysis, Social Accounting Matrix and Tourism Satellite Accounts. ii) Determinants of destination choice. It employs discrete choice methods and experimental design tools for the economic valuation of non-market goods or services. iii) Forecasting tourism demand. It employs structural time series methods to forecast future arrivals and estimate impacts of events. iv) Supply economic analysis. It comprises topics such as length of stay, expenditure, spatial analysis with spatial correlation and spatial econometric analysis.

REQUISITOS PREVIOS

Se recomienda haber cursado el primer semestre de cuarto curso, si bien no es requisito estrictamente necesario.

Plan de Enseñanza (Plan de trabajo del profesorado)

Contribución de la asignatura al perfil profesional:

- Conocimiento y capacidad para aplicar las herramientas y técnicas de análisis económico al estudio del turismo.
- Conocimientos sobre el funcionamiento aplicado de los mercados turísticos.
- Capacidad para analizar críticamente elementos del funcionamiento de los mercados turísticos.
- Capacidad para redactar informes sobre el funcionamiento de los mercados

Competencias que tiene asignadas:

COMPETENCIAS NUCLEARES

CN1: Comunicarse de forma adecuada y respetuosa con diferentes audiencias (clientes, colaboradores, promotores, agentes sociales, etc.), utilizando los soportes y vías de comunicación más apropiados (especialmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación) de modo que pueda llegar a comprender los intereses, necesidades y preocupaciones de las personas y organizaciones, así como expresar claramente el sentido de la misión que tiene encomendada y la forma en que puede contribuir, con sus competencias y conocimientos profesionales, a la satisfacción de esos intereses, necesidades y preocupaciones.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 418 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

CN2: Cooperar con otras personas y organizaciones en la realización eficaz de funciones y tareas propias de su perfil profesional, desarrollando una actitud reflexiva sobre sus propias competencias y conocimientos profesionales, y una actitud comprensiva y empática hacia las competencias y conocimientos de otros profesionales.

CN3: Contribuir a la mejora continua de su profesión, así como de las organizaciones en las que desarrolla sus prácticas a través de la participación activa en procesos de investigación, desarrollo e innovación.

CN4: Comprometerse activamente en el desarrollo de prácticas profesionales respetuosas con los derechos humanos, así como con las normas éticas propias de su ámbito profesional para generar confianza en los beneficiarios de su profesión y obtener la legitimidad y la autoridad que la sociedad le reconoce.

CN5: Participar activamente en la integración multicultural que favorezca el pleno desarrollo humano, la convivencia y la justicia social.

COMPETENCIAS GENERALES DEL GRADO EN ECONOMÍA

CG1: Usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.

CG2: Leer y comunicarse en el ámbito profesional en inglés.

CG3: Aplicar al análisis de los problemas, criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.

CG4: Comunicarse con fluidez en su entorno y trabajar en equipo.

CG5: Analizar los problemas con razonamiento crítico, sin prejuicios, con precisión y rigor.

CG6: Defender un punto de vista, mostrando y apreciando las bases de otros puntos de vista discrepantes.

CG7: Capacidad de síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL GRADO EN ECONOMÍA

CE1: Contribuir a la buena gestión de la asignación de recursos tanto en el ámbito privado como en el público.

CE2: Identificar y anticipar problemas económicos relevantes en relación con la asignación de recursos en general, tanto en el ámbito privado como en el público.

CE3: Aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad económica.

CE4: Evaluar consecuencias de distintas alternativas de acción y seleccionar las mejores, dados los objetivos.

CE5: Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía (internacional, nacional o regional) o de sectores de la misma.

CE6: Redactar proyectos de gestión económica a nivel internacional, nacional o regional.

CE7: Integrarse en la gestión empresarial.

CE8: Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.

CE9: Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.


CE10: Extraer e interpretar información relevante difícil de reconocer por no profesionales de la economía.

CE11: Analizar la realidad económica utilizando el marco teórico que se les presenta, siendo conscientes de su potencialidad y de sus limitaciones.

CE12: Contextualizar los problemas económicos mediante la utilización de modelos formales, sabiendo incorporar a los modelos básicos extensiones o variaciones en los supuestos de partida que respeten las hipótesis básicas establecidas y siendo conscientes de su potencialidad y de sus limitaciones.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS DE LA ASIGNATURA

[CEA1] Conocimiento de la relevancia del fenómeno turístico en España y Canarias.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 419 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

- [CEA2] Capacidad de análisis de la demanda y el gasto turístico.
 [CEA3] Conocimiento de la organización de los mercados turísticos.
 [CEA4] Capacidad para entender la regulación e intervención en los mercados turísticos.
 [CEA5] Capacidad para entender la interrelación entre el turismo y el medio ambiente.

Objetivos:

- O1. Identificar las distintas herramientas de análisis económico y cuantitativo que son de aplicación en el análisis económico del turismo.
- O2. Integrar el análisis económico con el análisis cuantitativo según sea el caso de estudio.
- O3. Adaptar la metodología básica del análisis económico o cuantitativo a los requerimientos del objeto de estudio.
- O4. Entender las peculiaridades de la demanda y de la oferta del mercado turístico.
- O5. Evaluar la política turística con herramientas de análisis económico.
- O6. Identificar elementos de análisis interdisciplinares, especialmente aquellos relacionados con el transporte y el medio ambiente.
- O7. Elaboración de informes técnicos de análisis económico del turismo.

Contenidos:

Los contenidos del curso son:

- Economía y Turismo. Relevancia del fenómeno turístico en España y Canarias
- Análisis de la oferta y demanda turística. Sistemas de gasto turístico.
- Organización de los mercados turísticos
- Regulación e intervención en los mercados turísticos. Análisis del bienestar y turismo.
- Turismo y medio ambiente.

Estos contenidos se organizan en los siguientes temas:

Tema 1: Introducción

P1: Introducción a Stata

Tema 2: Impacto económico del turismo

2.1 Gasto agregado y PIB turístico

2.2 Las Tablas Input-Output

P2: Manejo de Tablas Input-Output en Stata

P3: La TIO de Estados Unidos

2.3 La Matriz de Contabilidad Social

P4: Efectos sobre la distribución de la renta turística en África

2.4 La Cuenta Satélite de Turismo

P5: La CST de Andalucía

P6: La TIO y CST de Canarias

Tema 3: La elección individual en turismo

3.1 La teoría de la utilidad aleatoria

3.2 Las 5 etapas de la elección en turismo

P7: La decisión de participación en turismo


P8: Análisis no paramétrico de la participación en turismo

P9: Análisis del mercado emisor europeo

3.3 La elección de destino con modelos logísticos

P10: La elección de restaurante

3.4 El método del coste de transporte

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 420 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

P11: Estimando el coste de la congestión en destinos
 3.5 Valoración contingente
 3.6 Diseño experimental
 P12: Manejo de bases de datos con Stata
 P13: Diseño experimental en la práctica
 P14: Anticipando el precio que el cliente está dispuesto a pagar
 P15: Diseñando nuestro propio cuestionario
 P16: Valoración económica con nuestro propio cuestionario

Tema 4: Predicción en turismo

4.1 Modelos univariantes de serie de tiempo estructural
 P17: Introducción a los modelos univariantes de serie de tiempo estructural
 4.2 Intervenciones
 P18: Consecuencias de la ampliación del aeropuerto de Málaga
 P19-P21: Evaluación de la política de subvención de aerolíneas aéreas
 4.3 Modelos con variables explicativas
 P22: Determinantes del número de viajes a Uruguay
 4.4 Modelos multivariantes
 P23: Evaluando el grado de competencia en el mercado aéreo canario
 4.5 Modelos de datos de panel
 P24: Umbrales de renta necesarios para la demanda de turismo en países en desarrollo
 P25: Determinantes de elección del destino

Tema 5: Análisis del gasto y de la longitud de estancia en destinos turísticos

5.1 Análisis de la longitud de estancia
 P26: Modelos de supervivencia y recuento para entender la longitud de estancia en Canarias
 5.2: Análisis del gasto en destino
 P27: Análisis del gasto de los viajeros en líneas de bajo coste y de los jugadores de golf en Canarias

Tema 6: Regulación y análisis de la oferta turística

6.1 Regulación de la capacidad de carga turística
 6.2 Análisis espacial de la oferta turística
 P28: Introducción a los sistemas de información geográfico
 P29: Análisis espacial de la competencia entre airbnb y los hoteles establecidos
 6.3 Modelos de econometría espacial aplicados en turismo
 P30: La competencia entre atractivos turísticos
 P31: Evaluación del impacto local del turismo en Ecuador
 6.4 Introducción a las técnicas de revenue management
 6.5 Introducción a la evaluación multicriterio

Metodología:


Las actividades formativas de la asignatura son las siguientes:

1. Clase magistral

La clase magistral consiste en la exposición oral de los principales aspectos teóricos y prácticos del curso. El profesor hará uso de diapositivas y de la pizarra para su exposición.

2. Clases prácticas

En las clases prácticas se aplicará la teoría expuesta en clase. Las prácticas tratarán casos reales y se emplearán también datos reales en la mayoría de los casos. Las clases se llevarán a cabo en el Aula de Informática donde el alumno se familiarizará con diversos paquetes informáticos

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 421 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

apropiados a cada metodología.

3. Lecturas o material complementario

Esta asignatura utilizará también el recurso del Campus Virtual, sirviendo éste de medio de comunicación permanente con los alumnos. El profesor aportará material adicional de la asignatura que tendrá carácter obligatorio o voluntario según se indique en el campus virtual.

El material consiste en:

- Artículos de prensa de actualidad que sirven para aplicar y entender la teoría en un marco real.
- Glosario de palabras en inglés, que comprenden palabras básicas de la asignatura que dado su carácter técnico quizás no han estudiado en cursos previos de inglés.
- Datos de interés.
- Vínculos a páginas web de interés.
- Artículos o documentos de investigación en su versión original.

4. Tutorías

El profesor también atenderá a los alumnos en el horario de tutoría que se establezca.

Evaluación:

Criterios de evaluación

C1. Interpretar correctamente los conceptos y fundamentos del análisis económico del turismo. (O1, O4, O5, O6)

C2. Aplicación práctica de la teoría económica del turismo. (O2, O3, O5, O7)

C3. Realizar informes o trabajos técnicos. (O3, O7)

C4. Participación en clase aportando ideas fundamentadas en la teoría expuesta en clase. (O1, O3, O4, O5, O6, O7)

Sistemas de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA:

a) Mediante evaluación continua voluntaria.


La nota final será el resultado de la nota media de 4 pruebas de evaluación continua con idéntico peso realizadas durante el curso. Tendrán como objetivo el razonamiento y la aplicación de los conceptos.

Prueba 1 (Tipo examen): La prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico de los temas 1 y 2. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con aplicaciones informáticas.

Prueba 2 (Tipo examen): Al igual que en la anterior, la prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico relacionado con el tema 3. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con aplicaciones informáticas.

Prueba 3 (Tipo examen): Al igual que en la anterior, la prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico relacionado con el tema 4. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con aplicaciones informáticas.

Prueba 4 (Tipo examen): Al igual que en la anterior, la prueba consiste en un examen con contenido teórico y práctico relacionado con los temas 5 y 6. En la parte teórica el alumno ha de responder a unas preguntas tipo test y otras de carácter abierto. En la parte práctica se trabajará con

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 422 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

aplicaciones informáticas.

Si el alumno supera la asignatura por este procedimiento, el peso de la evaluación continua será del 100 %. El alumno puede acudir de forma voluntaria al examen final si desea subir nota en alguna de las 4 partes.

Si el alumno se presenta sólo a una parte de las pruebas de evaluación continua y como resultado no supera la asignatura, la calificación será aquella que obtenga en el examen final.

Si el alumno no supera la asignatura por evaluación continua, la calificación será aquella que obtenga en el examen final.

b) Mediante examen final.

Los alumnos que no superen la asignatura mediante la evaluación continua o que no participen en el proceso serán evaluados en un examen único de acuerdo a las convocatorias oficiales. En este caso el peso del examen de la convocatoria oficial será del 100%.

CONVOCATORIA ESPECIAL:

Mediante examen final exclusivamente.

Los estudiantes que participan en programas de movilidad y que se encuentren en la situación contemplada en el art. 51 del Reglamento de Movilidad de estudios con reconocimiento académico de la ULPGC, esto es, con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico que no hubieran sido superadas en destino o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en las convocatorias extraordinaria o especial optando al 100% de la calificación (art. 26 Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado de la ULPGC).

Siguiendo lo indicado en los artículos 16 y 16 Bis del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje, aquellos alumnos en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria que hayan solicitado, por escrito, ser excluidos de la evaluación continua serán evaluados por un tribunal (art. 12.3 del Reglamento de Evaluación de los resultados de aprendizaje), debiendo suponer dicho examen el 100% de la calificación de la asignatura.

Criterios de calificación

a) Mediante evaluación continua


Se realizan 4 pruebas de evaluación continua. Los pesos se detallan a continuación:

Examen (100%): Pruebas 1, 2, 3 y 4

La calificación final es la media de todas las pruebas propuestas. El alumno que no se presenta o suspende alguna prueba puede aprobar si la media final supera el cinco.

Los alumnos pueden acudir al examen final a examinarse de cualquiera de las cuatro partes del examen, para mejorar las calificaciones obtenidas durante la evaluación continua.

Aquellos alumnos que realicen una parte o el total de la evaluación continua y no aprueben tendrán una calificación de -No presentado- en caso de no presentarse al examen final, tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 423 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

b) Mediante examen final

El examen final consta de cuatro partes. El alumno debe obtener una media de cinco para superar el examen final.

Plan de Aprendizaje (Plan de trabajo de cada estudiante)


Tareas y actividades que realizará según distintos contextos profesionales (científico, profesional, institucional, social)

Dentro de las competencias establecidas para la asignatura y para el Grado, las tareas a realizar por los alumnos se podrán aplicar a la mayoría de los contextos profesionales sobre los que se enfoca la actividad profesional de un economista ya sea en el ámbito científico, empresarial o de la administración pública.

Temporalización semanal de tareas y actividades (distribución de tiempos en distintas actividades y en presencialidad - no presencialidad)

TEMPORALIZACION

29/01/2019 Martes Teoría 1 Presentación 1. Introducción
30/01/2019 Miércoles Práctica 1 P1. Introducción a Stata
01/02/2019 Viernes Teoría 1 2.1 Gasto agregado y PIB turístico 2.2 Tablas Input-Output
05/02/2019 Martes Teoría 2 P2. La Tabla Input-Output
06/02/2019 Miércoles Práctica 2 P3. La TIO de Estados Unidos
08/02/2019 Viernes Teoría 2 2.3 La Matriz de Contabilidad Social 2.4 La Cuenta Satélite de Turismo
12/02/2019 Martes Teoría 3 P4. MCS África P5. La Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía
13/02/2019 Miércoles Práctica 3 P6. TIO Canarias
15/02/2019 Viernes Teoría 3 Evaluación Continua I
19/02/2019 Martes Teoría 4 3.1 La teoría de la utilidad aleatoria 3.2 Las 5 etapas de la demanda del turismo emisor
20/02/2019 Miércoles Práctica 4 P8. La decisión de participación en Europa: Análisis no paramétrico
22/02/2019 Viernes Teoría 4 P9. Análisis del mercado emisor
26/02/2019 Martes Teoría 5 3.3 La elección individual P10. La elección del restaurante
27/02/2019 Miércoles Práctica 5 Logit Anidado P10. La elección del restaurante
01/03/2019 Viernes Teoría 5 3.4 Elección de destino y el método del coste de transporte P11. El método del coste de transporte: Alpes italianos
05/03/2019 Martes Teoría 6 3.5 Valoración contingente y diseño experimental
06/03/2019 Miércoles Práctica 6 P12. Manejo de bases de datos
08/03/2019 Viernes Teoría 6 P13. Diseño experimental en la práctica
12/03/2019 Martes Teoría 7 P14. Valoración del público ante el lanzamiento de nuevos productos: Barbados
13/03/2019 Miércoles Práctica 7 P15. Creando nuestro propio cuestionario
15/03/2019 Viernes Teoría 7 P16. Valoración de nuestro propio cuestionario
19/03/2019 Martes Teoría 8 Evaluación Continua II
20/03/2019 Miércoles Práctica 8 4.1 Modelos univariantes estructurales de series de tiempo P17. Introducción a los modelos de series de tiempo estructurales
22/03/2019 Viernes Teoría 8 4.1 Modelos univariantes estructurales de series de tiempo P17. Introducción a los modelos de series de tiempo estructurales
26/03/2019 Martes Teoría 9 P18. La ampliación del aeropuerto de Málaga: Especificación

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 424 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

27/03/2019	Miércoles	Práctica	9	P18. La ampliación del aeropuerto de Málaga: Contrastes
29/03/2019	Viernes	Teoría	9	P18. La ampliación del aeropuerto de Málaga: Prediction, bondad del ajuste y forecasting
02/04/2019	Martes	Teoría	10	P19. Evaluación de la política de subvención aérea en Barbados: Brasil P20. Evaluación de la política de subvención aérea en Barbados: Canada
03/04/2019	Miércoles	Práctica	10	P21. Evaluación de la política de subvención aérea en Barbados: New York
05/04/2019	Viernes	Teoría	10	P22. Modelos con variables explicativas: Uruguay P23. Evaluando el grado de competitividad entre aerolíneas en Canarias
09/04/2019	Martes	Teoría	11	4.2 La elección agregada P24. Estimando los umbrales de renta para la atracción de turistas
10/04/2019	Miércoles	Práctica	11	P25. Elección de destinos a nivel mundial: Caso Uruguay
12/04/2019	Viernes	Teoría	11	Evaluación Continua III
23/04/2019	Martes	Teoría	12	5.1 Análisis de la longitud de estancia
24/04/2019	Miércoles	Práctica	12	P26. Modelos de supervivencia y de recuento
26/04/2019	Viernes	Teoría	12	5.2 Análisis del gasto en destino P27. Análisis del gasto en Canarias: LCC y golf
30/04/2019	Martes	Teoría	13	6.1 Regulación: La capacidad de carga Ciclo de vida; Teoría de clubs
01/05/2019	Miércoles	Práctica	13	6.2 Análisis espacial de la oferta P28. Introducción al SIG
03/05/2019	Viernes	Teoría	13	P29. Análisis espacial de la competencia entre airbnb y los hoteles establecidos
07/05/2019	Martes	Teoría	14	6.3 Modelos de econometría espacial en turismo
08/05/2019	Miércoles	Práctica	14	P30. La competencia entre atractivos turísticos: Ecuador
10/05/2019	Viernes	Teoría	14	P31. El impulso local del turismo: Ecuador
14/05/2019	Martes	Teoría	15	6.4 Introducción al revenue management
15/05/2019	Miércoles	Práctica	15	6.5 Introducción al método de evaluación multicriterio
17/05/2019	Viernes	Teoría	15	Evaluación Continua IV

Recursos que tendrá que utilizar adecuadamente en cada uno de los contextos profesionales.


Para todos los contextos profesionales:

- Manual recomendado de la asignatura.
- Bases de datos del sector.
- Artículos de investigación o informes técnicos relevantes.
- Casos de estudio relevantes.

Resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar al finalizar las distintas tareas.

- R1. Conocimiento y capacidad para utilizar las herramientas y técnicas de análisis económico al estudio del turismo. (CEA2, CEA3, CEA4, CEA5)
- R2. Conocimientos sobre el funcionamiento aplicado de los mercados turísticos. (CEA1, CEA2, CEA3, CEA4)
- R3. Capacidad para analizar críticamente elementos del funcionamiento de los mercados turísticos. (CEA3, CEA4)
- R4. Capacidad para redactar informes sobre el funcionamiento de los mercados. (CEA1, CEA2, CEA3, CEA4, CEA5)

El resto de competencias (nucleares, generales y específicas de grado) se relacionan de manera transversal con todos los resultados (R1, R2, R3, R4)

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 425 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

Plan Tutorial

Atención presencial individualizada (incluir las acciones dirigidas a estudiantes en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria)

El profesor de la asignatura destinará 5 horas semanales para la atención individualizada de aquellos alumnos que lo requieran.

De estas 5 horas, 2 horas serán de puertas abiertas y el resto requieren de cita previa. Las tutorías se realizarán en el despacho D2.06. El horario de tutorías figurará en el Campus Virtual y en el tablón de anuncios situado en la puerta del despacho D2.06.

Los estudiantes que se encuentren en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria y hayan renunciado a la evaluación continua en los plazos establecidos al efecto, tienen derecho a un plan de acción tutorial en los términos recogidos en el Plan de Acción Tutorial de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo disponible en la página web de la Facultad en el apartado Estudiantes

Atención presencial a grupos de trabajo

Al igual que para la atención personalizada, cabe la posibilidad de realizar tutorías de grupo, preferiblemente previo aviso en este caso (para la localización de un aula adaptada a esta circunstancia).

Atención telefónica

El estudiante puede contactar telefónicamente con el profesor de la asignatura para resolver dudas puntuales durante el horario de tutorías.

Atención virtual (on-line)

El estudiante puede contactar con el profesor de la asignatura vía email para resolver dudas puntuales, que serán resueltas durante el horario de tutorías.

Datos identificativos del profesorado que la imparte.

Datos identificativos del profesorado que la imparte

Dr./Dra. Juan Luis Eugenio Martín	(COORDINADOR)
Departamento: 229 - ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO	
Ámbito: 225 - Economía Aplicada	
Área: 225 - Economía Aplicada	
Despacho: ANÁLISIS ECONÓMICO APLICADO	
Teléfono: 928458205	Correo Electrónico: juanluis.eugenio@ulpgc.es


Bibliografía

[1 Básico] Tourism economics and policy /

Larry Dwyer, Peter Forsyth and Wayne Dwyer.
Channel View Publications,, Buffalo, N.Y. : (2010)
978-1-84541-151-0

[2 Básico] The economics of tourism destinations /

Norbert Vanhove.
Elsevier Butterworth-Heinemann,, Amsterdam [etc.] : (2011) - (2nd ed.)

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 426 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	

[3 Recomendado] International handbook on the economics of tourism /


edited by Larry Dwyer, Peter Forsyth.
Edward Elgar,, Cheltenham [etc.] : (2006)
1-84376-104-1

[4 Recomendado] The economics of tourism destinations /

Guido Candela, Paolo Figini.
Springer,, Heidelberg [etc.] : (2012)
978-3-642-20873-7

[5 Recomendado] The economics of tourism /

Mike J. Stabler, Andreas Papatheodorou and M. Thea Sinclair.
Routledge,, London [etc.] : (2009) - (2nd ed.)
978-0-415-45939-6

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Página 427 / 427	ID. Documento nA%c3U3XNJXP.YTOZyMOYQSS	
Este documento ha sido firmado electrónicamente por		
ÁNGEL SALVADOR GUTIERREZ PADRÓN	Fecha de firma 19/10/2021 12:25:30	