



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Política Turística.	Código	800030
Módulo	Destinos, recursos y productos turísticos.	Materia	Política e Instituciones
Carácter	Básica	Créditos	6
Curso	4	Semestre	1º

Departamento Responsable	Departamento de Ciencia Política y de la Administración
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/grado

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

Los contenidos de la asignatura se estructuran en dos partes:

- La primera parte, de carácter introductorio, abordará las nociones teóricas básicas sobre el Gobierno y las Administraciones turísticas. Se planteará el concepto de política pública y el proceso de elaboración de la misma.
- La segunda parte, se centrará en estudiar algunos dilemas importantes del turismo hoy y las políticas turísticas que se implantan para enfrentarlos.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

La asignatura no necesita de ningún conocimiento previo aunque está relacionada con otras asignaturas del grado como Patrimonio territorial, flujos y recursos turísticos o Planificación turística.

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer el papel del Estado en materia de turismo y las funciones que pueden asumir los Gobiernos.
- Comprender la gestión pública turística.
- Familiarizarse con los principales actores de la Administración Turística de cualquier nivel competencial.
- Distinguir entre objetivos públicos turísticos y los instrumentos que pueden favorecer su consecución.
- Que el alumno sea capaz de reconocer las acciones que lideran las estructuras públicas y de comprender las oportunidades que representan para el sector privado.

COMPETENCIAS

Generales

- **CG1** Capacidad de análisis y de síntesis
- **CG2** Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- **CG3** Resolución de problemas
- **CG4** Razonamiento crítico
- **CG5** Aprendizaje autónomo
- **CG6** Trabajo en equipo

Específicas:

- **CE21 Conocer los objetivos, estrategias e instrumentos públicos de planificación para comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado**
Comprender las consecuencias y oportunidades que se desprenden de los planes públicos para poder intervenir en la elaboración e implantación de planes de desarrollo turístico o aprovechar la acción de las administraciones sobre la planificación turística.
- **CE4 Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas**
Conocer el entorno político-administrativo en el que se enmarca la actividad turística para desenvolverse adecuadamente y ser capaz de buscar las fuentes de información adecuada.
- **CE7 Reconocer los principales agentes turísticos**
Adquirir conocimientos relacionados con la identificación global de los diferentes agentes que participan activamente en la configuración del mercado turístico para identificar qué actor puede resolver las cuestiones surgidas en el ejercicio de la actividad y poder presentar y negociar ante distintos actores proyectos turísticos.
- **CE12 Dirigir y gestionar los distintos tipos de organizaciones turísticas**
Conocer los principios básicos de dirección y gestión de empresas, así como los distintos modelos de estructura organizativa para su aplicación a las empresas y organizaciones turísticas.

CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)

Unidad 1. El turismo y el sector público.

El turismo. El sistema turístico.

Unidad 2. Gobierno y Administración

Distribución funcional del poder: los tres poderes y sus funciones

Distribución territorial del poder: ideas básicas

Unidad 3. Competencias en materia de turismo en España

Competencias de las Comunidades Autónomas

Competencias de los gobiernos locales.

Competencias del Estado.

Unidad 3. La política turística: definición e instrumentos.

Definición de política turística.

Instrumentos, objetivos y destinatarios.

Unidad 4. La política turística y la sostenibilidad

Las tres dimensiones de la sostenibilidad.

ODS y Agenda 2030.

Unidad 5. La política turística y el reto digital

Problemática de la estructura empresarial y las TICS

Destinos inteligentes

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Pruebas orales y/o escritas	30 – 40 %
Trabajo e informes	30 – 40 %
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	20 – 30%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Barroso M. and D. Flores (2007). "La política turística como parte de la política económica." Revista de Análisis Turístico4: 4-21.
- Hall C. M. (2000). Tourism planning. Policies, processes and relationships. Essex, Prentice.
- Nácher Escriche, J. (1999). "Competitividad y política turística." Boletín Económico del ICE2610: 25-34
- Miguelsanz Arnalot, A. (1999). El papel de las Comunidades Autónomas. 50 Años del Turismo Español: Un análisis histórico y estructural. F. Bayón Mariné. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- Monfort Mir, V. M. (2000). "La política turística: una aproximación." Cuadernos de Turismo6: Pp. 7-27.
- Velasco González, M. (2004). La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2003). Valencia, Tirant Lo Blanch.
- Velasco González, M. (2005). "¿Existe la política turística?. La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)." Política y Sociedad 42: 169-195.
- Velasco González, M. (2011). "La política turística: una arena de acción autónoma." Cuadernos de turismo, 27

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Para ampliar contenidos se recomienda consultar el siguiente enlace:

- https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=politica+turistica

Idioma en que se imparte

Castellano

Otra información

Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre.

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60>

Cronograma de la Asignatura

Ejemplo de las cuatro primeras semanas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Día 1*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
Día 2*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z*.

*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

Duración de las clases:

- Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.
- Las clases *online* tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.