



# UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

## GUÍA DOCENTE

### 1. DATOS GENERALES

**Asignatura:** MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS EN TURISMO

**Tipología:** OBLIGATORIA

**Grado:** 2355 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**Centro:** 401 - FACULTAD DE CC. SOCIALES DE CUENCA

**Curso:** 1

**Lengua principal de impartición:** Español

**Uso docente de otras lenguas:**

**Página web:**

**Código:** 311002

**Créditos ECTS:** 6

**Curso académico:** 2023-24

**Grupo(s):** 30

**Duración:** Primer cuatrimestre

**Segunda lengua:** Español

**English Friendly:** N

**Bilingüe:** N

Profesor: **ELADIO FEBRERO PAÑOS** - Grupo(s): 30

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Gil de Albornoz, 3.16	ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANZAS	4219	eladio.febrero@uclm.es	Primer cuatrimestre: Lunes, de 9:00 a 11:00 Martes, de 9:00 a 10:00 y de 12:00 a 13:00 Miércoles, de 9:00 a 11:00 Segundo cuatrimestre: Martes y miércoles, de 9:00 a 11:00 y de 13:00 a 14:00

Profesor: **ROMAN MINGUEZ SALIDO** - Grupo(s): 30

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Ciencias Sociales. Despacho 3.13	ECONOMÍA APLICADA I	Ext. 4269	roman.minguez@uclm.es	Martes: 12-13 y 16-20 Miércoles: 11-12

### 2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido

### 3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

El objetivo de la materia es desarrollar la capacidad de búsqueda y análisis de la información en materia turística. Para ello se debe proporcionar a los alumnos de los conocimientos y las herramientas para saber diseñar un trabajo de investigación en turismo. Se deben desarrollar las capacidades de toma de decisiones aplicadas a la empresa o institución turística en base a la información disponible.

La materia se divide en cuatro bloques fundamentales: introducción a la investigación en materia de turismo, técnicas cuantitativas, mixtas y técnicas cualitativas para el análisis.

### 4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

#### Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CE12	Manejar las metodologías cuantitativas univariantes y multivariantes adecuadas y formularlas para problemas de dirección empresarial específicos.
CE21	Manejar técnicas de recogida y análisis de datos en entornos turísticos.
CE22	Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos en la investigación en turismo.
CT01	Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
CT05	Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

### 5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

#### Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

##### Descripción

Profundizar en los métodos y técnicas estadísticas de análisis de información turística.

Capacidad para la obtención, análisis y evaluación de información relevante que permita desarrollar conocimientos aplicados a las ciencias turísticas.

Conocer los principales métodos de obtención de información, tanto cuantitativos como cualitativos.

Conocer y analizar las principales fuentes de información estadística para describir el sector turístico español.

### 6. TEMARIO

#### Tema 1: Introducción a los métodos y técnicas de análisis en turismo

**Tema 1.1** Fuentes de información turística

**Tema 1.2** Análisis descriptivo del turismo

**Tema 1.3** Escalas de medida en investigación turística

#### Tema 2: Segmentación y estacionalidad en turismo

**Tema 2.1** Tipos de segmentación

**Tema 2.2** Segmentación y eficiencia de mercado

**Tema 2.3** Estacionalidad en Turismo, tipología, causas y consecuencias

#### Tema 3: Técnicas de investigación cualitativas

**Tema 3.1** Recogida de datos turísticos

**Tema 3.2** La entrevista

**Tema 3.3** Otras técnicas cualitativas: estudio de casos y focus groups

**Tema 4: Técnicas de investigación mixtas**

**Tema 4.1** Método de observación

**Tema 4.2** Pseudocompra y comprador misterioso

**Tema 4.3** El método Delphi

**Tema 5: Muestreo en mercados turísticos**

**Tema 5.1** Análisis de datos cuantitativos en turismo

**Tema 5.2** La encuesta

**Tema 5.3** Introducción al análisis multivariante

**Tema 6: Investigación de mercados turísticos**

**Tema 6.1** Muestreo en mercados turísticos

**Tema 6.2** Presentación de resultados en mercados turísticos

**Tema 6.3** Aplicaciones de investigación en mercados turísticos

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA							
Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	CE12	0.6	15	S	N	
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Resolución de ejercicios y problemas	CE21	0.48	12	S	N	
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL]	Resolución de ejercicios y problemas	CT01	0.4	10	S	N	
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	CT05	0.08	2	S	N	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Presentación individual de trabajos, comentarios e informes	CE22	1.52	38	S	N	
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	CE22	1.6	40	S	N	
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL]	Resolución de ejercicios y problemas	CT05	1.32	33	S	N	
<b>Total:</b>			<b>6</b>	<b>150</b>			
<b>Créditos totales de trabajo presencial: 2.88</b>			<b>Horas totales de trabajo presencial: 72</b>				
<b>Créditos totales de trabajo autónomo: 3.12</b>			<b>Horas totales de trabajo autónomo: 78</b>				

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES			
Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	70.00%	100.00%	
Resolución de problemas o casos	30.00%	0.00%	
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

\* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

**Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:**

**Evaluación continua:**

Es necesario obtener una nota superior a 5, resultado de la ponderación del sistema de evaluación

**Evaluación no continua:**

En la evaluación no continua se realizará una prueba final con una ponderación de 100% en la calificación final. Dicha prueba estará diseñada para evaluar las competencias incluidas en la guía docente de la asignatura.

**Particularidades de la convocatoria extraordinaria:**

En la convocatoria extraordinaria se tendrán en cuenta los mismos problemas y casos que la convocatoria ordinaria

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
<b>Horas</b>	<b>Suma horas</b>
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	38
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	40
<b>Tema 1 (de 6): Introducción a los métodos y técnicas de análisis en turismo</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	12
<b>Tema 2 (de 6): Segmentación y estacionalidad en turismo</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	12

<b>Tema 3 (de 6): Técnicas de investigación cualitativas</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	10
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1
<b>Tema 4 (de 6): Técnicas de investigación mixtas</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	9
<b>Tema 5 (de 6): Muestreo en mercados turísticos</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	11
<b>Tema 6 (de 6): Investigación de mercados turísticos</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas</b>
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	12
<b>Actividad global</b>	
<b>Actividades formativas</b>	<b>Suma horas</b>
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	10
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	52
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	38
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	12
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	15
Resolución de problemas o casos [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	21
<b>Total horas: 150</b>	

<b>10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS</b>						
<b>Autor/es</b>	<b>Título/Enlace Web</b>	<b>Editorial</b>	<b>Población</b>	<b>ISBN</b>	<b>Año</b>	<b>Descripción</b>
Tejera Martín, Iñigo (et. al.)	Estadística aplicada al Turismo	Ediciones Académicas		978-84-946986-8-2	2018	
Álvarez Cuervo, Raúl	Principios de investigación del mercado turístico	Corditur		84-609-2187-5	2004	
Fernández Morales, Antonio (et. al.)	Estadística básica aplicada al sector turístico : teoría y ejercicios	Ágora		84-8160-078-4	2000	
Muñoz Cabanes, Alberto (et. al.)	Introducción a la estadística para turismo	Ediciones Académicas		978-84-16140-46-6	2016	
Javier de Esteban Curiel (coord.)	Métodos de investigación aplicados al turismo	Dykinson		978-84-9849-973-5	2010	
Ferrari, Guido (et. al.)	Investigaciones, métodos y análisis del turismo	Septem		978-84-92536-43-6	2010	