

Índice

UNIDAD 1

El turismo como actividad económica.....	9
1.1 Magnitud y crecimiento de la industria turística	9
1.2 Importancia del turismo en la economía.....	14
1.3 Principales regiones receptoras y emisoras a escala mundial	20
1.4 Tendencias regionales del turismo internacional	25
1.5 Nuevos retos del sector turístico	30
Bibliografía	37

UNIDAD 2

Turismo: concepto y definiciones	41
2.1 Introducción	41
2.2 Concepto y definiciones del turismo	43
2.3 El Sistema turístico	45
2.3.1 Demanda turística	46
2.3.2 Oferta turística.....	49
2.3.3 Espacio geográfico	52
2.3.4 Operadores turísticos.....	53
Bibliografía	55

UNIDAD 3

Concepto y tipologías de la demanda turística.....	59
3.1 Concepto y definición de demanda turística	59
3.2 Factores determinantes de la demanda turística.....	62
Bibliografía	82

UNIDAD 4	
Oferta turística.....	85
4.1 Hostelería y experiencia turística	85
4.2 Clasificaciones de los alojamientos	88
4.2.1 Tipología de Alojamientos	92
4.3 Diversificación de los negocios de restauración	99
4.3.1 Tipología de los negocios de restauración	99
4.4 Principales tendencias internacionales en hostelería	105
Bibliografía	107
UNIDAD 5	
Transporte.....	109
5.1 La relación existente entre el transporte y el turismo	109
5.2 Desarrollo histórico del transporte de pasajeros.....	111
5.3 Los diferentes medios de transporte	112
5.3.1 Transporte por carretera	113
5.3.2 Ferrocarril.....	114
5.3.3 Transporte por mar.....	116
5.3.4 Transporte por aire	117
5.4 La situación del mercado y las principales tendencias actuales del transporte	120
Anexo	124
Bibliografía	125
UNIDAD 6	
Atracciones: turismo temático	129
6.1 Importancia de las atracciones en la industria turística	129
6.2 Tipología de las atracciones	130
6.3 Planificación y gestión de las atracciones turísticas	132
6.4 El auge del turismo temático	136
6.5 El caso de Disneyland París	138
6.6 Conclusión	140
Bibliografía	140
UNIDAD 7	
Distribución en el turismo.....	143
7.1 Distribución en el turismo	143
7.2 Estructura del sistema de distribución turística	147
7.3 Principales tendencias actuales	155
Bibliografía	157
UNIDAD 8	
Necesidad de intervención pública en el mercado turístico	161
8.1 Justificación de la intervención del sector público en el turismo.....	161
8.2 Objetivos de la política turística.....	166

8.3 Diferentes niveles de intervención pública	173
Bibliografía	176

UNIDAD 9

Planificación y desarrollo de los destinos turísticos

9.1 Planificación como instrumento de gestión	179
9.2 El espacio como base de la oferta turística	181
9.3 Los recursos turísticos	183
9.4 Planificación de la actividad turística.....	186
9.5 El papel de las organizaciones internacionales en el proceso del desarrollo turístico mundial.....	190
Bibliografía	196

UNIDAD 10

Competitividad en el turismo

10.1 Necesidad de lograr la competitividad en la industria turística.....	199
10.2 Ventaja comparativa versus ventaja competitiva	201
10.3 Marcos conceptuales de competitividad	203
10.4 Modelos de competitividad.....	206
10.5 Factores clave de la competitividad.....	209
Bibliografía	211

UNIDAD 11

Impactos económicos del turismo

11.1 Impactos económicos del turismo	215
11.1.1 Beneficios económicos del turismo	216
11.1.2 Los costes económicos del turismo	221
11.2 Evaluación de los impactos económicos en el turismo	223
Bibliografía	227

UNIDAD 12

Impactos socioculturales del turismo

12.1 Impactos socioculturales de la actividad turística.....	229
12.2 Impactos socioculturales positivos y negativos	234
12.2.1 Impactos positivos	234
12.2.2 Impactos negativos	235
12.3 Principios fundamentales en el desarrollo de la actividad turística	236
Bibliografía	238

UNIDAD 13

Impactos medioambientales del turismo

13.1 Turismo y entorno natural.....	241
13.2 Impactos medioambientales del turismo	245

13.3 Planificación turística: integración de los aspectos sociales, económicos y medioambientales	248
Bibliografía	254
UNIDAD 14	
Turismo sustentable	257
14.1 Introducción	257
14.2 Turismo sustentable	259
14.3 Principios del desarrollo sustentable	260
14.4 Campos de actuación que influyen en el turismo sustentable	261
14.5 Indicadores medioambientales	266
14.6 Beneficios del desarrollo del turismo sustentable	271
14.7 Calidad ecoturística para el desarrollo sustentable	272
Bibliografía	273
UNIDAD 15	
Introducción al marketing en la industria turística	277
15.1 Evolución histórica del marketing	277
15.2 Concepto de marketing	283
15.3 Marketing estratégico y marketing operativo	285
15.4 Marketing turístico	291
15.5 Plan de marketing turístico	294
15.6 La investigación de mercados	296
Bibliografía	300
UNIDAD 16	
El marketing Mix	303
16.1 Concepto	303
16.2 Producto	306
16.3 Precio	308
16.4 Distribución	312
16.5 Comunicación	314
Bibliografía	318
UNIDAD 17	
Tecnologías de la información en la industria turística	321
17.1 La tecnología como ventaja competitiva	321
17.2 Utilización de las tecnologías de la información por la oferta y los canales de distribución turísticos	332
17.3 Convergencia de la tecnología. El siguiente nivel de innovación	336
Bibliografía	337
UNIDAD 18	
Gestión de la Calidad Total en la industria turística	341
18.1 Concepto de calidad en turismo	341

18.2 Enfoque y gestión de la calidad en turismo345
18.3 Sistemas y marcas de calidad en turismo349
18.4 Calidad turística en la práctica internacional.....355
Bibliografía360

UNIDAD 19

Cualidades requeridas para ser un profesional del turismo.....365

19.1 Importancia del capital humano en el sector turístico365
19.2 Características propias de los servicios366
19.3 La Nueva Era del Turismo (NET) y la satisfacción del cliente370
19.4 El mercado de trabajo en el sector turístico.....372
19.5 La educación en el turismo.....375
Bibliografía379

UNIDAD 20

Principales tendencias actuales en la industria turística381

20.1 El turismo en transformación381
20.2 Los factores del cambio383
20.3 Perspectivas del crecimiento turístico.....387
Bibliografía392