

UNIVERSITE DU SUD TOULON VAR  
FACULTE DES LETTRES

**DEPARTEMENT LEA**

**MASTER TOURISME 1ERE ANNEE**

EXAMEN SEMESTRE 1 (Rattrapage)  
ESPAGNOL LANGUE DE SPECIALITE

COMMENTARIO DE TEXTO : *Crisis del turismo costero*

¿ Cómo traduce el texto la mutación del turismo costero? (30 – 40 L.)

# Turismo y litoral: crisis, mutaciones y nuevos paradigmas

FERNANDO PRATS

Año tras año, desde principios del nuevo siglo, el turismo del litoral mediterráneo y las islas transmiten señales de debilidad y estancamiento. Sobre esta parte del diagnóstico coinciden datos y analistas y, sin embargo, no existe acuerdo a la hora de identificar las causas y las propuestas de actuación.

Unos insisten en las razones coyunturales, ciertas, como los temas relacionados con la creciente inseguridad mundial, la debilidad económica en los mercados de origen, el fortalecimiento de los países competidores, etcétera, y otros, cada vez más, argumentan que, además, hay que poner encima de la mesa otros factores de fondo que están afectando a la vitalidad del turismo costero español.

Por lo tanto, nadie discute los planes de choque de promoción con los que tratar de paliar los resultados coyunturales de un sector empresarial que para sobrevivir se ve forzado a bajar precios y calidad de oferta. Pero lo que conviene clarificar es si, además, hay que atreverse a re-formular las lógicas de nuestras políticas turísticas porque han dejado de ser útiles —es más, se han vuelto contraproducentes— y porque, a falta de soluciones estructurales, las meras medidas defensivas y coyunturales acabarían generando ciclos de desvalorización turística, social y medioambiental muy peligrosos.

► **Cambios estructurales.** Por ejemplo, la crisis de la "lógica del crecimiento ilimitado" por

desbordamiento de los límites ambientales y paisajísticos del litoral. Y la expansión urbanística desenfrenada de los últimos 30 años, que ha terminado por desbordar la capacidad de carga de los sistemas costeros y por disparar la congestión de sus espacios turísticos, afectando muy negativamente a los sistemas naturales, al paisaje y a la propia calidad de los destinos.

Ambos fenómenos ya están pasando factura, propiciando la desvalorización y fuga a otros destinos de los segmentos turísticos más atractivos y exigentes; recientes encuestas realizadas en la Costa del Sol por E. Navarro indican que el 64% de los encuestados perciben una densificación urbanística considerable, el 38% la califican de congestión no deseable, un 25% considera abandonar la zona y un 10% lo hará inequívocamente. Y éste es un proceso en ascenso.

► **Mutaciones del sector.** El turismo también ha venido cambiando su estructura interna sin que, como insiste en sus trabajos J. Requero, nos hayamos preocupado de comprender su alcance; es más, la información turística que manejamos actualmente no refleja, ni cuantitativa ni cualitativamente, lo que está pasando. Hoy, nuestras costas se están viendo sometidas a una rapidísima expansión de una oferta alojativa turística no regulada (segunda residencia y sus variantes) que, ocupando extensivamente un recurso escaso, el suelo costero, ofrece unos resultados socioeco-

nómicos locales poco rentables a lo largo de su ciclo de vida útil, debido a su baja ocupación y reducido gasto diario.

Efectivamente, según unas primeras aproximaciones realizadas por el INE sobre esta mutación, el porcentaje de la oferta turística de segundas residencias sobre el total del alojamiento turístico representa el 84%

**"La expansión urbanística desenfrenada ha desbordado la capacidad de carga de los sistemas costeros y ha congestionado sus espacios turísticos"**

en Andalucía y su ocupación anual se reduce al 13% en octubre y del 67% en agosto. A la vez, la encuesta Egatur del IET advierte que en 2003 el gasto medio diario de los turistas residentes en hoteles era más del doble del realizado por los alojados en otro tipo de residencias.

¿Cómo extrañarnos de que las cosas no vayan bien si, se diga lo que se diga, seguimos empujados en una carrera por desnaturalizar/masificar la costa y, además, con usos que no aportan unas rentabilidades socioeconómicas razonables a medio y largo plazo?

► **Nuevo paradigma.** Agotada la "lógica del crecimiento ilimitado e indiscriminado", surge un nuevo paradigma turístico gestado por la confluencia de

los nuevos valores sociales, de las nuevas demandas turísticas y de las propias sensibilidades de las poblaciones locales. La idea central de ese nuevo paradigma estaría basada en el concepto de "calidad integral de la experiencia turística y del desarrollo local" con los siguientes componentes:

► **Una base:** la sostenibilidad del binomio litoral/turismo. Sin ese nuevo maridaje, vía contención del crecimiento y rehabilitación integral de la costa, no será posible recuperar la salud del litoral ni el atractivo de sus destinos turísticos.

► **Cuatro atributos:** la calidad, la diversificación, la rentabilidad y la diferenciación de los destinos. La calidad de entornos naturales, espacios urbanos y servicios, porque sólo a través de ella podrán el litoral mediterráneo y las islas resultar competitivos en los mercados del futuro. La diversificación, porque constituye la condición para mejorar el atractivo y la estacionalidad turística. La rentabilidad estratégica —entendida como la obtención de los mejores resultados socioeconómicos por unidad de capacidad de carga disponible— porque sólo un aprovechamiento responsable y sostenible, que considere el litoral como un recurso escaso y frágil, podrá ofrecer beneficios económicos, sociales y ambientales de forma sostenida. Y la diferenciación, porque no sólo constituye uno de los principales factores de competitividad, sino porque también refuerza

la deseable preservación de las identidades y legados culturales.

► **Una condición:** el renacimiento de un nuevo compromiso de los gobiernos locales y regionales con el litoral. Las instituciones públicas han de encontrar otras formas de atender sus problemas financieros sin alienar el círculo perverso del "crecimiento ilimitado" y, a la vez, son fundamentales para liderar las fuerzas sociales necesarias para transformar los patrones del desarrollo costero.

► **Nuevos instrumentos:** desde los más locales, vía Agenda 21 o similar; los regionales, vía nuevas Directrices Territoriales de la Costa, o las grandes operaciones de reconversión integral de zonas del litoral, en línea con los Planes Renove planteados por Exceltur, a concertar por las tres administraciones públicas y las sociedades locales.

Tenemos un problema serio en la costa, un problema que afecta al 11% del PIB y del empleo del país: la transición de la economía del crecimiento a la de la excelencia. Sabemos cómo hacerlo y contamos con algunas experiencias notables en los ámbitos locales y regionales; pero sigue faltando liderazgo y una apuesta a fondo institucional —desde la Administración central y regional a los ayuntamientos— para transformar los cursos en realidades operativas.

Fernando Prats es arquitecto urbanista y director de la Agenda 21 de Calviá, de la Estrategia Lanzarote en la Biosfera y del Esquema Director del Entorno de Doñana.

UNIVERSITE DU SUD TOULON VAR

**FACULTE DES LETTRES**

**DEPARTEMENT LEA**

**MASTER TOURISME 1**

SESSION DE RATTRAPAGE SEMESTRE 2

(septembre 2008)

**ESPAGNOL**

EPREUVE DE LANGUE DU TOURISME ET CIVILISATION

(durée 3h)

**I) Comentario de un texto turístico: *Costa del sol***

A partir del texto adjunto, destaque los elementos más importantes del turismo de la Costa del Sol y comente su importancia.

**II) Civilización española contemporánea.**

Conteste la pregunta en unas 30 líneas

¿Qué elementos le parecen definir mejor la juventud española de hoy?

**NB : Chaque sujet sera traité sur une feuille séparée**

## Costa del Sol

Una Costa del Sol que es un mundo singular y cosmopolita, capaz de cautivar y de hacer sentir las más agradables sensaciones. Sol y playas, Costa del Golf, foro de los más importantes congresos y convenciones, capital económica de Andalucía... la Costa del Sol es un lugar de encuentro de miles de visitantes de todas las latitudes, una puerta abierta al mundo donde todos los meses del año tienen cabida los ciudadanos de todos los países, todas las culturas ; un lugar, en suma, donde todos los días del año existen atractivos en la más completa oferta turística.

Si bien "sol y playa" continúa siendo el gran ingrediente del turismo costasoleño, la oferta de ocio en esta zona se ha diversificado de forma tal que hace posible una media de ocupación anual superior al setenta por ciento. Tan sólo en el último año nuevos atractivos han venido a complementar dicha oferta. Es el caso del Parque de la Naturaleza "Selwo", en el término municipal de Estepona, con un millón de metros cuadrados y más de dos mil animales de los cinco continentes que viven allí en régimen de semilibertad, todo ello complementado con una posibilidad de pernoctar en dicho parque recibiendo enseñanzas en aulas de la naturaleza. Otro tanto puede decirse de Crocodiles Park, el único complejo europeo de cocodrilos que exhibe más de 200 especies de todos los lugares del mundo. El gran acuario de Benalmádena, Sea Life, ofrece la posibilidad de apreciar numerosas especies de los mares de todo el mundo...

Otro de los grandes atractivos que son novedad de la Costa del Sol es el hipódromo de Mijas, en el que se han invertido cuatro mil millones de pesetas y donde se ofrecen espectáculos de carreras de caballo todos los sábados, del que disfrutan más de cinco mil personas.

En definitiva, todo un amplio abanico de posibilidades de ocio que hacen verdad que la Costa del Sol sea un lugar para disfrutar todos los meses del año. Un mundo singular y cosmopolita, capaz de cautivar y de hacer sentir las más agradables sensaciones.

*Segundo CUADERNO- EDITUR nº 2133- 26 de Enero de 2001.*

**UNIVERSITE DU SUD, TOULON ET DU VAR**  
**FACULTE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES**

|                            |   |                                       |
|----------------------------|---|---------------------------------------|
| <b>DATE</b>                | : | <b>18 juin 2008</b>                   |
| <b>DIPLOME</b>             | : | <b>Master Tourisme 1</b>              |
| <b>MATIERE</b>             | : | <b>Civilisation hispanoaméricaine</b> |
| <b>DUREE DE L'EPREUVE</b>  | : | <b>2 heures (10-12 h.)</b>            |
| <b>SALLE</b>               | : | <b>Y 002</b>                          |
| <b>ENSEIGNANT</b>          | : | <b>M. Garcia-Romeu</b>                |
| <b>DOCUMENTS AUTORISES</b> | : | <b>Aucun</b>                          |

*Enumere y describa algunos de los monumentos latinoamericanos que representan el patrimonio histórico de la región.*

JUN 2008

**EXAMEN DE RATRAPPAGE TOURISME ET ENTREPRISE***Semestre 1***Durée : 2H****Note : / 20****Sujet 1 ( / 10)**

L'organisation administrative du tourisme au niveau local : les offices de tourisme et les stations classées.

**Sujet 2 ( / 10)**

Le contrat d'hôtellerie : Formation et effets du contrat.

**Master 1 : gestion du tourisme et relations internationales**  
**EXAMEN de rattrapage : 1ère Session 2008**  
**Etude prospective de la demande**  
**Mérim Berthé**

**Durée : 2 heures / Aucun document autorisé / Calculatrice simple conseillée**

***Vous pourrez écrire au dos de la feuille si vous ne disposez plus de place***

---

**EXERCICE 1 :**

Une seule réponse possible par question

- 1) Notez le mode d'administration d'une enquête qui soit le plus adapté pour un questionnaire nécessitant un temps de réponse d'environ une heure :
  - par téléphone
  - par voie postale
  - par Internet
  - en face à face à domicile
  - dans la rue
  
- 2) Dans une étude de satisfaction réalisée par le groupe hôtelier Accor, quels sont les individus qui vous semble le plus judicieux d'interroger ?
  - des leaders d'opinion
  - un échantillon représentatif de français adultes
  - un échantillon représentatif de clients hôteliers
  
- 3) Pour réaliser, par Internet, une étude rigoureuse auprès d'usagers de voyages organisés, il convient
  - de mettre un questionnaire en ligne sur un site de commerce électronique spécialisé en voyage organisé
  - d'interroger, sur Internet, un panel représentatif d'individus de 18 ans et plus
  - d'envoyer, par email, un questionnaire aux abonnés d'une revue spécialisée dans les voyages
  - d'envoyer, par email, un questionnaire aux abonnés d'une revue spécialisée dans les voyages, accompagné d'une récompense pour les répondants
  
- 4) Une enquête téléphonique quantitative
  - comporte essentiellement des questions fermées à choix multiples
  - est généralement réalisée sur un faible nombre d'individus
  - dure généralement moins de 20 minutes par répondant
  
- 5) Un sondage aléatoire
  - est utilisé uniquement pour interroger des entreprises commerciales
  - nécessite de disposer d'une base de sondage fiable
  - est indispensable pour mesurer des intentions d'achat
  - nécessite d'interroger au moins 2000 personnes
  
- 6) Une enquête omnibus

- permet d'interroger régulièrement un échantillon de même structure et composé d'individus différents à chaque vague d'interrogation
  - permet d'interroger régulièrement un échantillon de même structure et composé des mêmes individus à chaque vague d'interrogation
  - est surtout utilisée pour les études sur les habitudes de transports
  - est généralement focalisée sur une seule étude ad hoc pour un seul client
- 7) Dans un sondage en face à face destiné à estimer des intentions de vacances, un enquêteur doit impérativement
- rechercher à interroger des personnes intéressées par les voyages
  - être le plus neutre possible avec les personnes interrogées
  - interroger essentiellement des connaissances, dont il est sûr de la sincérité
  - faire état de ses préférences
- 8) Pour étudier l'image institutionnelle d'une compagnie aérienne, une cible prioritaire est composée
- d'internautes
  - d'hôtesse de l'air
  - d'automobilistes
  - de leaders d'opinion

**EXERCICE 2 : (1,5 point)**

Quel biais ( dans le sens où l'enquête pourrait être biaisée, moins fiables) présentent les questions suivantes, dans une enquête grand public :

| Questions  | Biais |
|--|-------|
| Etes vous pas du tout satisfait (1), moyennement satisfait (2), satisfait (3) des services de notre entreprise ? |       |
| Avez-vous un comportement oblatif ?<br>Oui(1), non(2)  |       |
| Quel est votre revenu ? _____  |       |

**EXERCICE3 : (4 points)**

Une agence de communication est chargée de concevoir un film télévisé incitant les touristes à respecter l'environnement et les autochtones du pays de destination. Dans ce but, une étude qualitative est menée incluant des entretiens individuels approfondis avec 10 touristes, se sentant peu concernés par le sujet. Des enquêtes antérieures ont montré que cette



« indifférence » peut varier en fonction de l'âge du touriste, de son sexe, de son lieu d'habitat et de la fréquence de ses voyages.

Il est convenu de recruter 10 répondants aux profils les plus « contrastés » possibles.

- Elaborez un guide d'entretien comportant 8 à 10 chapitres d'interrogation

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**EXERCICE 4 (1,5 point) :** Pour réaliser une étude de marché sur des possesseurs de mobiles home, une société de conseil met un questionnaire en ligne sur le site d'une société commercialisant des mobiles home.

Identifiez 3 biais de cette méthode d'enquête en précisant, pour chaque biais, l'univers d'individus associé (ou cible associée).

.....  
.....  
1 : .....  
2 : .....  
3 : .....

**EXERCICE 5 (1 point) :**

Présentez l'intérêt pour une entreprise de réaliser une étude prospective de la demande (citez au moins 2 raisons)

.....  
.....  
.....

**EXERCICE 6 (3 points)**

Une société souhaite réaliser une enquête auprès de clients potentiels. Pour cela elle hésite entre deux taille d'échantillon . La première avec un seuil de confiance de 95 % et une marge d'erreur de 2 % et la seconde avec un seuil de confiance de 90 % et une marge d'erreur de 1%. Après avoir calculé les deux tailles d'échantillon, quels conseils lui donneriez-vous ? (justifiez votre réponse)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**EXERCICE 7 (4 points)**

Une société spécialisée dans le voyage sportif souhaite réaliser une étude de satisfaction de sa clientèle.

1. Quel mode d'administration du questionnaire lui proposez-vous ?
2. Quelle technique d'étude ?
  
3. Rédigez un questionnaire de 7 questions. Vous n'incluez pas les questions d'identification . Vous ne serez pas rigoureux sur la forme (ne doit apparaître que les questions).

*Vous justifierez vos réponses pour la question 1 et 2.*

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## **MASTER TOURISME 1<sup>ère</sup> ANNEE**

### **COMMUNICATION**

Rédaction manuscrite d'un communiqué de presse (1 page maximum) dans la situation suivante :

Directrice ou directeur d'un office de tourisme, vous avez imaginé et développé un concept innovant qui va révolutionner le tourisme de loisirs ou le tourisme d'affaires.

N'ayant pas un budget publicitaire important, vous décidez de le faire connaître auprès des journalistes en rédigeant un communiqué de presse.

Master TOURISME 1<sup>ère</sup> ANNEE

ACTEURS PRIVÉS DU TOURISME

MERCREDI 18 JUIN

08H – 09H - Y 219

Les acteurs privés et l'hôtellerie :

Rappel historique, évolution, les différents types d'hébergements et les acteurs Privés significatifs.

# DROIT DES MARCHÉS PUBLICS

Séssion de rattrapage.

Septembre  
2008.

Durée : 2 H.

Notation : /20

1<sup>er</sup> sujet : - Après avoir défini ce qu'est la Personne Responsable  
( /10 )  
des Marchés, vous désignerez les différents titulaires de cette fonction ainsi que leurs attributions

- Vous présenterez la composition des Commissions d'Appel d'Offres (Etat, collectivités territoriales, établissements publics) et vous soulignerez leurs attributions

2<sup>ème</sup> sujet : - Après avoir défini la procédure d'Appel d'Offres  
( /10 ) (différents types, délais, montants) vous en exposerez les 5 étapes principales.

MASTER « Tourisme » - 1<sup>ère</sup> année - R. STIOUI  
« Institutions comparées du tourisme »

Examen semestriel (2H – documents non autorisés)

Répondre aux questions suivantes :

- a) Après avoir brièvement rappelé l'organisation du tourisme en Espagne, vous analyserez la façon dont le développement durable est pris en compte dans la politique touristique de ce pays et direz quels enseignements peuvent en être tirés et transposables à d'autres systèmes.
- b) Après avoir brièvement rappelé l'organisation du tourisme au Maroc, vous direz quels sont selon vous les points les plus importants d'une intervention de l'Etat dans le cadre d'une politique de développement touristique.
- c) Présentez de façon synthétique l'organisation du tourisme au Canada, en insistant sur la relation entre l'Etat fédéral et les Provinces (à travers l'exemple du Québec).

**Université de Toulon et du Var  
Faculté des Lettres**

**Master I  
« gestion du tourisme et relations internationales »  
Première Session 2007-2008**

**Examen de  
Economie du tourisme II**

Enseignant B. SOLINS

**SUJET**

Traitez les trois questions.

- 1- Les facteurs explicatifs de l'offre touristique (l'abondance d'exemples sera un point positif dans l'appréciation de votre composition).
- 2- Présentez un métier du tourisme qui vous intéresse et expliquez pourquoi.
- 3- Exposez un thème de l'actualité touristique qui vous a intéressé.

Master 1 « Tourisme » - R. STIOUI  
« Géographie du Tourisme »

Examen semestriel (2H – documents non autorisés)

Répondre aux questions suivantes :

1. Quels sont, selon vous, les principaux enjeux de l'aménagement touristique et les principaux effets du tourisme sur l'environnement ? Quels sont les problèmes liés à la consommation d'espace par le tourisme ? (8 points)
2. Après avoir rappelé les enjeux particuliers de l'espace littoral, vous ferez le bilan en termes de coûts et d'avantages d'un développement économique axé sur le tourisme pour ce type d'espace. (7 points)

*NB : les deux questions sont volontairement proches l'une de l'autre ; de ce fait, il est inutile de « redire certaines choses » et il est possible de renvoyer d'une question à l'autre, voire de traiter les deux questions ensemble. (Je fais confiance à votre perspicacité !)*



Financements du Tourisme - R.STIOUI

Contrôle des connaissances  
(2h-documents non-autorisés)

Répondre aux deux questions suivantes :

- 1) Après avoir rappelé les bases de la politique régionale de l'Union Européenne, vous expliquerez pourquoi, selon vous, le tourisme peut s'inscrire dans cette politique. (10 points)
  
- 2) Comment les fonds structurels mis en place par l'Union Européenne dans le cadre de la campagne 2007-2013 peuvent-ils intervenir en matière de tourisme ? (10 points)

