



UNIVERSIDAD  
TECMILENIO

# Guía para el profesor

Patrimonio Cultural y  
Sustentabilidad  
LSHT1805



## Índice

Información general del curso .....	1
Metodología .....	2
Evaluación.....	4
Bibliografía.....	6
Tips importantes.....	7
Temario .....	8
Notas de enseñanza .....	10
Avance 1 de la evidencia .....	14
Avance 2 de la evidencia .....	17
Evidencia final .....	21

## Información general del curso

### Modalidades

- Clave banner: LSHT1805
- Modalidad: presencial y/o en línea

### Competencia del curso

Infiere la importancia del patrimonio cultural y la relación entre el turismo, la cultura y el medio ambiente.





## Metodología

### Características del curso

- Se emplea la técnica didáctica de *aula invertida*.
- Diseñado para desarrollar una competencia específica.
- Dividido en tres módulos, cada uno con cinco temas.
- Ofrece un apartado de casos prácticos adicionales que enriquecen la experiencia de enseñanza y aprendizaje.
- Compuesto por quince actividades prácticas.
- Culmina con una evaluación final.
- Se enfatiza la importancia de que los estudiantes aclaren sus dudas con el profesor.

### Estructura del curso

Competencia general del curso: infiere la importancia del patrimonio cultural y la relación entre el turismo, la cultura y el medio ambiente.

#### Módulo 1. Conceptualización del turismo y el patrimonio cultural

1. Producto turístico	Actividad 1
2. Patrimonio cultural	Actividad 2
3. Clasificación del patrimonio cultural	Actividad 3
4. Impacto del turismo en el patrimonio cultural	Actividad 4
5. Legislación del turismo y el patrimonio cultural	Actividad 5
Evidencia 1	

#### Módulo 2. El turismo cultural y la sostenibilidad

6. Turismo cultural	Actividad 6
7. Generalidades del turismo cultural	Actividad 7
8. Modalidades del turismo cultural	Actividad 8
9. Buenas prácticas en el turismo cultural	Actividad 9
10. Gestión del turismo sostenible	Actividad 10
Evidencia 2	

#### Módulo 3. El marketing del patrimonio cultural

Tema 11. Plan de marketing del patrimonio cultural	Actividad 11
Tema 12. Características de la mercadotecnia de productos culturales	Actividad 12
Tema 13. Promoción del patrimonio cultural en la era digital	Actividad 13
Tema 14. Relación virtual del patrimonio	Actividad 14
Tema 15. Análisis de casos del patrimonio cultural	Actividad 15
Examen final	
Evidencia 3	

## Modelo didáctico

El modelo educativo de la Universidad Tecmilenio, cuya visión es "formar personas con propósito de vida y las competencias para alcanzarlo", está enfocado en el desarrollo de competencias que distingan a sus alumnos y los capaciten para actuar ante diversos contextos, previstos o impredecibles, dado que vivimos en constante cambio, empoderándolos para ser auto aprendices y para aprender a aprender. Todo esto para su florecimiento humano, tomando en cuenta los elementos del Ecosistema de Bienestar y Felicidad de la Universidad.

Nuestra meta más importante en el aula es lograr un aprendizaje centrado en el alumno, por lo cual, el modelo que seguimos para el diseño e impartición de cursos es también *constructivista*, al presentar un cambio en los roles.

- *Los alumnos obtienen* las bases para hacer una interpretación de la realidad y construir su propio conocimiento, al aprender haciendo (no solamente viendo, escuchando y leyendo).
- *Los profesores*, al ser expertos en su disciplina y trabajar en la industria, aportan su experiencia laboral para guiar a los alumnos y construir ambientes de aprendizaje en contextos reales que los motiven a aprender, enriqueciendo así su experiencia de aprendizaje.

Con esta visión constructivista, se ha incorporado la técnica didáctica de aula invertida para apoyar el aprendizaje activo. En seguida se explica la modalidad de este curso.

### Modalidad: aula invertida con ciclo de dos semanas

Está fundamentada en el ciclo de aprendizaje activo o experiencial de Kolb, el cual implica el aprendizaje inductivo, es decir, que los alumnos llegan a sus propias conclusiones sobre la experiencia y contenido, facilitando la aplicación de su aprendizaje en situaciones del mundo real. Consta de las siguientes cuatro etapas y el aprendizaje puede comenzar en cualquiera de estas:

1. *Experiencia concreta*. Tener una experiencia concreta, involucrándose completamente.
2. *Observación reflexiva*. Reflexionar acerca de la experiencia, observándola desde diversas perspectivas y estableciendo conexiones para obtener más información o profundizar la comprensión de dicha experiencia.
3. *Conceptualización abstracta*. Obtener y crear nuevos y más amplios conceptos, teorizando, generalizando e identificando patrones y normas. Esta etapa de "pensamiento" sirve para organizar el conocimiento y es crítica porque implica ser capaz de transferirlo de un contexto a otro.
4. *Experimentación activa*. Aplicar o probar los conocimientos adquiridos en el mundo real y en situaciones nuevas, tomando decisiones y resolviendo nuevos problemas. La aplicación del aprendizaje es una nueva experiencia, desde la cual el ciclo comienza nuevamente.



## Evaluación

Unidades	Instrumento evaluador	Porcentaje
14	Actividades	60
1	Evidencia	30
1	Examen final	10
<b>Total</b>		100 puntos

Actividad	Porcentaje
Actividad 1	4
Actividad 2	4
Actividad 3	4
Actividad 4	4
Actividad 5	4
Evidencia 1	10
Actividad 6	4
Actividad 7	4
Actividad 8	4
Actividad 9	4
Actividad 10	4
Evidencia 2	10
Actividad 11	4
Actividad 12	4
Actividad 13	4

Actividad 14	4
Evidencia 3	10
Examen final	10
Total	100



## Bibliografía

### → Libro de texto

Ojeda, C., y Mármol, P. (2022). *Marketing turístico* (3ª ed.). España: Paraninfo.

### → Libros de apoyo

Díaz, R. (2024). *Desarrollo sostenible. Una oportunidad para la vida*. México: McGraw-Hill.

Fernández, M., y Sarmiento, J. (Coords.). (2019). *Patrimonio cultural y marketing digital*. España: Dykinson.

Molina y Vedia del Castillo, S. (Coord.) (2022). *Patrimonio nacional, cultura e identidad: aspectos poco tratados*. México: UNAM.





## Tips importantes

### 1. Material de capacitación en la plataforma tecnológica Canvas

- Tutorial digital para profesores: <https://bit.ly/2SbMaNK>
- Tutorial digital para alumnos: <https://bit.ly/35IBnP6>
- Para revisar los videotutoriales de la Biblioteca Digital, da clic [aquí](#).

### 2. ¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?

Lo puedes reportar a la cuenta [atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx](mailto:atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx), pero te pedimos que también reportes sugerencias para el contenido y actividades del curso.

### 3. ¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?

El coordinador docente te debe proporcionar esta información.

### 4. ¿En cuáles semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

### 5. ¿Tengo que capturar las calificaciones en Banner y en la plataforma educativa?

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En Banner, es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.

Las actividades evaluables dentro de cada tema y del calendario, así como la presentación final del curso, tienen asignadas una rúbrica con la cual es obligatorio que se califique. Esto es muy importante para nuestro modelo de competencias, ya que es la forma en la que medimos el desarrollo de las competencias en nuestros alumnos. Cada rúbrica se encuentra en la sección de *tareas*, específicamente con el nombre de la semana evaluable.

Es importante evaluar con la rúbrica que aparece en el apartado de la evidencia final, ya que se estará auditando constantemente su realización efectiva.

Videos disponibles para calificar con rúbricas:

- ¿Cómo busco una rúbrica? <https://youtu.be/QgDKeZv9tAl>
- ¿Cómo califico con una rúbrica? <https://youtu.be/mAbIsLAGlp4>



## Temario

<b>Tema 1</b>	<b>Producto turístico</b>
1.1	Definición de producto turístico
1.2	Propósitos de los productos turísticos
1.3	La formación de los productos turísticos (cocreación)
<b>Tema 2</b>	<b>Patrimonio cultural</b>
2.1	Concepto de patrimonio cultural
2.2	Criterios del patrimonio cultural
2.3	El patrimonio cultural desde una perspectiva turística
<b>Tema 3</b>	<b>Clasificación del patrimonio cultural</b>
3.1	Bienes intangibles
3.2	Bienes tangibles muebles
3.3	Bienes tangibles inmuebles
<b>Tema 4</b>	<b>Impactos del turismo en el patrimonio cultural</b>
4.1	Impactos positivos del turismo en el patrimonio cultural
4.2	Ecoturismo y su influencia en el desarrollo sustentable
4.3	Impactos negativos del turismo en el desarrollo sustentable
<b>Tema 5</b>	<b>Legislación del turismo y el patrimonio cultural</b>
5.1	Código ético mundial para el turismo
5.2	Protección del patrimonio y turismo cultural
5.3	Clases de organizaciones patrimoniales
<b>Tema 6</b>	<b>Turismo cultural</b>
6.1	Definición de turismo cultural
6.2	Desarrollo del turismo cultural
6.3	Evolución del turista
<b>Tema 7</b>	<b>Generalidades del turismo cultural</b>
7.1	Aspectos sociales
7.2	Aspectos culturales
7.3	Aspectos económicos
7.4	Empresas de servicios bajo demanda
<b>Tema 8</b>	<b>Modalidades del turismo cultural</b>

8.1	Turismo comunitario, indígena o etnoturismo
8.2	Turismo urbano, rural o agroturismo
8.3	Turismo patrimonial, religioso y de intereses especiales
<b>Tema 9</b>	<b>Buenas prácticas del turismo cultural</b>
9.1	Relación entre el turismo cultural y la sostenibilidad
9.2	Sostenibilidad económica y sociocultural
9.3	Sostenibilidad medioambiental
<b>Tema 10</b>	<b>Gestión del turismo sostenible</b>
10.1	Educación ambiental y su relación con el turismo cultural
10.2	Organizaciones turísticas y la sostenibilidad (estrategias para la sustentabilidad)
10.3	Principios normativos y la gestión ambiental
<b>Tema 11</b>	<b>Plan de marketing del patrimonio cultural</b>
11.1	¿Qué es el plan de marketing cultural?
11.2	Análisis turístico del patrimonio
11.3	Objetivos y estrategias
<b>Tema 12</b>	<b>Características de la mercadotecnia de los productos culturales</b>
12.1	Atributos del marketing de los productos culturales
12.2	Elementos participantes en el producto turístico
12.3	Gestión de la demanda cultural
<b>Tema 13</b>	<b>Promoción del patrimonio cultural en la era digital</b>
13.1	La publicidad del producto cultural
13.2	Estrategias en el ámbito digital
13.3	Beneficios de las redes sociales
<b>Tema 14</b>	<b>Relación virtual del patrimonio</b>
14.1	Realidad física y su relación con el ambiente virtual
14.2	Adaptaciones tiempo-espacio de los bienes culturales
14.3	Procesos digitales del patrimonio digital
<b>Tema 15</b>	<b>Análisis de casos del patrimonio cultural</b>
15.1	Arkikus permite viajar en el tiempo a través de la realidad virtual
15.2	Enseñanza – aprendizaje del arte a través de recorridos virtuales 3D en el contexto de la ciudad de Quito en el 2021
15.3	Redes sociales y patrimonio: una aproximación desde la historia de la difusión de los bienes culturales



## Notas de enseñanza

### Tema 1 Producto turístico

Es recomendable que el profesor, a partir de ejemplos ilustrativos y de forma lúdica, introduzca a los alumnos al tema del patrimonio cultural, precisando que México, por ejemplo, es poseedor de una gran cantidad y diversidad de bienes patrimoniales de carácter tangible e intangible. También es necesario que el profesor enfatice que los conceptos de producto turístico y patrimonio cultural serán las directrices que guiarán y sobre los cuales versará todo el curso. Otro aspecto relevante es que, si bien hay una noción y conceptualización del patrimonio cultural desde un marco teórico de referencia, existe una normatividad institucional que emana desde la experiencia de cómo se vive y aprecia el patrimonio cultural. En este sentido, resulta pertinente aclarar cuáles son las instituciones y organismos reguladores del patrimonio, siendo la UNESCO y ONU – Turismo las más relevantes.

### Tema 2 Patrimonio cultural

Tema central en el que el profesor deberá transmitir el valor simbólico, social y cultural de todo bien patrimonial, los cuales, además, de ser el baluarte que resguarda la historia y memoria colectiva de todo grupo social, son sin duda, una forma de permanecer en el tiempo. Será a través de algunas actividades lúdicas que el profesor comparta los dos grandes criterios en que se clasifica el patrimonio: cultural y natural. El primer caso se refiere a los monumentos, conjuntos arquitectónicos y lugares creados por el hombre. En el segundo, se incluye todo relacionado con monumentos naturales, formaciones geológicas y lugares o zonas naturales, todos de valor excepcional. Una forma de transmitir el conocimiento será retomando los videos recomendados, así como otros que el docente considere pertinentes. Para el cierre del tema, resultará de vital importancia esclarecer y describir la sinergia que, con el tiempo, han creado el patrimonio cultural y el turismo, partiendo del principio que todo bien cultural puede ser rentable y de interés común para una gama diversa de audiencias y consumidores.

### Tema 3 Clasificación del patrimonio cultural

Es un tema que alude a los aspectos de la caracterización de los bienes patrimoniales. Para ello, resultará imprescindible enlazar la información con lo previamente visto en el tema 2. A modo de introducción, el docente debe realizar un monitoreo sobre lo que los alumnos entienden por patrimonio cultural para iniciar con la explicación de su clasificación en bienes intangibles, bienes tangibles inmuebles y bienes tangibles muebles, puntualizando que todos son cuidadosamente seleccionados bajo criterios nacionales e internacionales. El profesor debe generar una discusión sobre aquellos que los alumnos conocen y los que les resultan desconocidos con el objetivo de que sean los estudiantes quienes vayan formando un criterio sobre la identidad cultural y cómo se identifican con ella. Es un tema idóneo para el empleo de ejemplos de distintas regiones del mundo y para incluir otro tipo de actividades desarrolladas en cada bien cultural. También se puede solicitar que cada estudiante seleccione los bienes patrimoniales que más han llamado su atención y preguntar conocen algunos de forma presencial.

### Tema 4 Impactos del turismo en el patrimonio cultural

Si bien en temas anteriores se ha hablado y puntualizado sobre la sinergia entre turismo y patrimonio cultural, situada en una ambivalencia positiva para satisfacer intereses comunes, en este tema, el docente deberá puntualizar e iniciar con argumentos que centren la atención de los alumnos sobre dónde colocar los límites del uso del patrimonio cultural como un producto rentable, ya que existen casos en que los daños a los bienes patrimoniales son irreversibles. Se considera pertinente que la argumentación del docente vaya acompañada de ejemplos y casos de estudios relevantes, mismos que le servirán para establecer un debate que incluya las opiniones y criterios de los alumnos en función de las siguientes preguntas: ¿crees que un bien patrimonial solo sirve para ser explotado turísticamente?, ¿consideras que los visitantes no deben preocuparse por el cuidado del patrimonio?, ¿por qué? El debate será el marco de referencia para explicar los impactos positivos del turismo en el patrimonio cultural y para presentarles el ecoturismo como una propuesta novedosa para hacer frente a los embates entre el patrimonio cultural y el turismo. Se recomienda mencionar que un diferenciador de esta nueva propuesta es su carácter de transformar el perfil del turista o visitante como un agente de cambio. Abordar los impactos negativos del turismo sobre el patrimonio cultural resulta en una discusión más amplia porque no se afecta únicamente el bien patrimonial de forma directa, sino el entorno en general, por ejemplo, con la pérdida de la identidad cultural o al perpetuar una dinámica de explotación económica de las comunidades locales. Es muy importante la inclusión de los recursos de apoyo propuestos para el tema.

## Tema 5 Legislación del turismo y el patrimonio cultural

El docente debe mostrar un buen dominio del tema debido a que se enfoca a los marcos normativos y regulatorios del turismo y el patrimonio cultural, cuyo documento directriz es el Código Ético para el Turismo Mundial propuesto por ONU – Turismo en 1999, el cual sigue vigente. Resulta pertinente que el docente revise de forma general el código ético para compartir con los alumnos sus aspectos más importantes como su estructura, contenido y puntos sobresalientes. Otro documento relevante para compartir con los alumnos es la Norma ISO – UNE 21902, que establece once principios para resignificar las experiencias turísticas. El docente debe proyectar el documento e irlo revisando de manera conjunta con los alumnos.

## Tema 6 Turismo cultural

El docente debe arrancar el tema comentando que es el inicio del segundo módulo del curso y, por lo tanto, los temas versarán sobre el turismo cultural y todos aquellos aspectos que giran en torno a él, como, por ejemplo, sus generalidades y sus modalidades. En esta primera entrega del módulo dos, el docente, a partir del empleo de los recursos de apoyo del tema, relacionará el tema con las tendencias sobre el turismo cultural y sus modalidades. El profesor debe cuestionar a los alumnos sobre si conocen o han practicado alguna. Por último, deberá compartir con los alumnos que el turismo ha evolucionado al igual que los turistas, quienes han pasado de un perfil de consumo de productos turísticos de forma masiva a exigencias y necesidades más exclusivas y particulares. Podrá preguntar a los alumnos en cuál perfil turístico se sitúan.

## Tema 7 Generalidades del turismo cultural

Es un tema cuya naturaleza aborda los aspectos sociales, culturales y económicos del turismo cultural. En relación con los aspectos sociales, el docente debe indicar su relevancia en términos del mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes, así como de un mejor y mayor acceso a oportunidades de crecimiento individual, colectivo y comunitario. Sobre los aspectos culturales, es responsabilidad del docente destacar que su mayor característica es la preservación y difusión de la cultura de una comunidad, región o país, al mismo

tiempo que se gestan nuevas oportunidades de desarrollo. Por último, los aspectos económicos son resultado de las actividades comerciales alrededor de los bienes patrimoniales y turísticos. Se sugiere que el docente reflexione junto con los alumnos sobre si deben agregarse otros aspectos que consideren relevantes y la forma en que lo harían. El docente puede cerrar el tema solicitándoles que respondan las preguntas de reflexión del tema.

## **Tema 8 Modalidades del turismo cultural**

Requiere el uso de recursos multimedia seleccionados previamente por el docente, ya que el tema aborda las modalidades del turismo cultural. Para una mejor experiencia de aprendizaje, se deberá generar una serie de actividades para que el alumno asimile cada una de las tipologías. Para que el docente pueda monitorear la interacción del contenido temático con los alumnos, se sugiere aplicar un pequeño cuestionario sobre el nivel de experiencia e interacción del alumno con el turismo comunitario, indígena o etnoturismo, turismo urbano, rural o agroturismo y turismo patrimonial, religioso y de intereses especiales.

## **Tema 9 Buenas prácticas en el turismo cultural**

La naturaleza del tema radica en cuestiones profundas y complejas como el concepto de sostenibilidad como la práctica positiva que apuesta por el mejoramiento, la innovación y la adaptación de cada comunidad desde su particular cosmovisión del mundo. Además, se propone un nuevo enfoque de la relación del hombre con la naturaleza basada en principios éticos y valores que renuevan las formas de ser y estar en el mundo. Desde esta perspectiva, el docente debe compartir con los alumnos, incluyendo ejemplos y casos de estudios, que la valía del turismo actualmente radica en su posicionamiento por generar proyectos sostenibles en beneficio de las comunidades y las culturas. El profesor, como parte de la preparación del tema, deberá incluir el documental sobre sostenibilidad que se encuentra en los recursos de apoyo. También se debe propiciar un ejercicio de reflexión para incitar a los alumnos a pensar en cómo colaborarían con el proyecto sostenible global a través del uso de un hashtag, el cual deberán presentar y exponer ante el grupo.

## **Tema 10 Gestión del turismo sostenible**

En la misma tónica que el tema anterior, ahora llega el turno del concepto de educación ambiental, cuyas cinco características esenciales giran en torno al desarrollo e impulso de una conciencia turística más empática con los entornos y destinos donde se localizan los productos culturales. El docente deberá asumir un papel de agente de cambio, ya que, de forma simulada, junto con los alumnos, deberá diseñar un proyecto de educación ambiental que pueda ser implementado en el campus universitario. Se deberán incluir las organizaciones turísticas y de la sostenibilidad que participarían, así como los principios normativos que guiarían su proyecto.

## **Tema 11 Plan de marketing del patrimonio cultural**

El tema de apertura del último módulo del curso abre la puerta al marketing de los productos culturales. Una forma creativa de compartirlo es a través de la explicación del tópico junto con un plan de marketing de un producto construido con el grupo. Además, la actividad funcionaría como una asesoría para la realización de lo solicitado en la Actividad 11. El contexto será fundamental para que el profesor introduzca las formas de análisis de un producto cultural (niveles del producto turístico, servucción y el ciclo de vida de un producto turístico). El

profesor compartirá con los alumnos cómo se plantean los objetivos y estrategias de un producto cultural, incitando su participación.

### Tema 12 Características de la mercadotecnia de los productos culturales

El tema debe ser compartido de una manera práctica, por lo que se recomienda retomar ejemplos de casos de productos turísticos e ir desglosando su contenido temático: los atributos del marketing de los productos culturales, los elementos participantes de los productos turísticos y la gestión de la demanda cultural. Se sugiere revisar más de un producto cultural e ir comparando la aplicación de las características de la mercadotecnia para cada uno de ellos.

### Tema 13 Promoción del patrimonio cultural en la era digital

El profesor deberá enfocarse en la forma en que marketing digital ha evolucionado y, en consecuencia, cómo en poco tiempo ha aparecido una serie de herramientas digitales para la promoción del patrimonio cultural en la era digital (se recomienda describir las herramientas incluidas en el tema). Por otro lado, el protagonista será el concepto *content marketing*, instrumento eficaz y efectivo utilizado cada vez más para el desarrollo de contenidos para vender y educar a los compradores sobre los productos que consumen. Es necesario que el docente utilice ejemplos y forme equipos. Cada equipo deberá desarrollar el *content marketing* de un producto asignado por el docente. El profesor seleccionará la actividad más completa y desplegará el tema del desarrollo de estrategias en el ámbito digital. Por último, se tocará el beneficio de las redes sociales para la difusión del patrimonio cultural con casos prácticos.

### Tema 14 Relación virtual del patrimonio

El profesor, a partir de la selección de un recorrido virtual por algún museo, dará la explicación del tema, ya que el contenido aborda la transición del patrimonio cultural a las plataformas digitales. Se explorarán conceptos como el de experiencias inmersivas y los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), además de otras nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad aumentada, las instalaciones inmersivas y la recreación de monumentos y sitios históricos.

### Tema 15 Análisis de casos del patrimonio cultural

En el último tema del módulo y del curso, el contenido le proporciona al docente los recursos necesarios para su impartición, pues, a partir de la selección de tres casos, se explorarán los procesos de digitalización del mundo. El docente debe realizar una lectura previa de cada uno de ellos y fomentar la discusión con el grupo. Al final, se requiere que cada uno de los alumnos elabore un comentario final de los casos y del curso en general.



## Avance 1 de la evidencia

### Descripción general de la evidencia

Elaboración y desarrollo de un proyecto gastronómico que integre experiencias turísticas inclusivas y resalte el patrimonio cultural de la cocina mexicana. El proyecto deberá realizarse en virtud de cuatro festividades concretas: 15 de septiembre, Día de Muertos, Navidad y Año Nuevo.

### Objetivo

Desarrollar un proyecto de cocreación que integre experiencias turísticas inclusivas y resalte el patrimonio cultural gastronómico mexicano. El proyecto simulado deberá vincularse al contenido temático del módulo 1, centrado en la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural intangible.

### Instrucciones

1. Lee el siguiente escenario:
 

La cadena de restaurantes “El buen sazón” busca renovar sus servicios a través del diseño de menús inspirados en la gastronomía mexicana tradicional, enfocándose en festividades clave como el 15 de septiembre, Día de Muertos, Navidad y Año Nuevo. Tu rol es diseñar una propuesta innovadora y presentarla a los gerentes del restaurante, asegurando la inclusión de platillos que representen diferentes regiones del país y sabores típicos de cada festividad. Además, debes considerar las necesidades y expectativas de los clientes.
2. Investigación de los platillos festivos
  - Analiza los tipos de alimentos que se consumen en las festividades mencionadas.
  - Identifica los costos promedio de los platillos y el perfil de los consumidores. Esto incluye un análisis de cuánto suelen gastar en promedio durante estas celebraciones.
  - Incluye una descripción detallada de los platillos más representativos de distintas regiones para cada festividad.
3. Diseño de la experiencia gastronómica diferenciada
  - Desarrolla una propuesta gastronómica que ofrezca una experiencia única y diferente a lo que actualmente existe en el mercado. Esto puede incluir:
    - Uso de productos orgánicos y regionales.
    - Menús con opciones vegetarianas, veganas o adaptadas a necesidades específicas (menús para niños, personas con alergias, etc.).
    - Platillos que recreen el ambiente cultural y gastronómico de cada festividad.
  - Asegúrate de que los menús estén alineados con las expectativas del público, ofreciendo variedad y autenticidad en la experiencia.
4. Perfil gastronómico para la cocreación
  - Define los alimentos y materias primas originarias de México que serán utilizados en tu propuesta.

- Investiga y selecciona marcas, empresas y productores locales que puedan proveer los ingredientes que necesitas para el menú.
  - Proporciona un plan para revalorizar los procedimientos tradicionales en la preparación de los platillos, destacando la preservación del patrimonio cultural intangible.
5. Consulta de fuentes
- Para fundamentar tu propuesta, es necesario que consultes, al menos, cuatro fuentes confiables sobre cocreación y gastronomía en México.
  - Las fuentes deben ser citadas en formato APA al final de tu documento, asegurando que la información sea precisa y relevante.

*Recomendación adicional:* recuerda que tu propuesta debe equilibrar innovación y autenticidad, rescatando tanto el valor cultural como el atractivo comercial de los menús propuestos.

### Criterios de evaluación

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica.

### Entregable

Documento de Word que integre, de forma ordenada y organizada, lo solicitado en la parte de instrucciones del avance 1 de la evidencia final.

## Rúbrica de avance 1 de la evidencia

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Investigación de los platillos festivos	25 - 22	22 - 20	20 - 0	25%
	La investigación incluye un análisis detallado y preciso de los alimentos consumidos en las festividades. Presenta costos promedio y un perfil exhaustivo de los consumidores, incluyendo un	La investigación cubre los alimentos de las festividades de manera adecuada. Se presentan los costos promedio y el perfil de los consumidores, aunque de forma general. La descripción de los platillos es correcta,	La investigación es superficial o incompleta. Faltan detalles importantes sobre los alimentos, los costos o el perfil de los consumidores. La descripción de los platillos es vaga o insuficiente.	

	<p>desglose claro del gasto en cada celebración. Ofrece una descripción completa y específica de los platillos representativos de distintas regiones.</p>	<p>pero carece de detalles específicos.</p>		
<p><b>Diseño de la experiencia gastronómica diferenciada</b></p>	<p><b>35-28</b></p> <p>La propuesta es innovadora y ofrece una experiencia gastronómica única que incluye productos orgánicos, regionales y opciones adaptadas a necesidades específicas. Recrea de manera auténtica el ambiente cultural de cada festividad y está completamente alineada con las expectativas del público objetivo.</p>	<p><b>27-23</b></p> <p>La propuesta es adecuada y ofrece algunas ideas innovadoras, pero no todas las opciones mencionadas (orgánicos, regionales, menús adaptados) están completamente desarrolladas. La experiencia refleja la festividad, pero de manera más general.</p>	<p><b>22 - 0</b></p> <p>La propuesta carece de innovación y diferenciación. No considera de manera adecuada el uso de productos regionales o menús adaptados. La recreación del ambiente festivo es limitada y no se alinea bien con las expectativas del público.</p>	<p><b>35%</b></p>
	<p><b>25 - 22</b></p> <p>Define con precisión los alimentos y materias primas originarias de México. Investiga por completo las marcas, empresas y productores locales relevantes. Presenta un plan detallado para revalorizar los procedimientos tradicionales de preparación,</p>	<p><b>22 - 20</b></p> <p>Define los alimentos y materias primas, pero con algunos aspectos generales o incompletos. Investiga marcas y productores locales, aunque no todos son relevantes para el proyecto. El plan para revalorizar los procedimientos tradicionales es adecuado, pero</p>	<p><b>20 - 0</b></p> <p>No define con claridad los alimentos o materias primas originarias de México. La investigación de marcas y productores locales es limitada o irrelevante. El plan para revalorizar los procedimientos tradicionales es superficial o inexistente.</p>	
<p><b>Perfil gastronómico para la cocreación</b></p>				

	destacando claramente el rescate del patrimonio cultural intangible.	podría profundizar más en la preservación del patrimonio intangible.		
	<b>15 - 11</b>	<b>11 - 8</b>	<b>8 - 0</b>	
<b>Consulta de fuentes confiables</b>	Utiliza, al menos, cuatro fuentes confiables y relevantes, citadas correctamente en formato APA. Las fuentes seleccionadas enriquecen de manera significativa la propuesta.	Utiliza las cuatro fuentes requeridas, pero la relevancia o confiabilidad de algunas de ellas es cuestionable. Las citas en formato APA son correctas en su mayoría, aunque con algunos errores menores.	No utiliza las cuatro fuentes requeridas o las fuentes seleccionadas no son confiables. Las citas en formato APA son incorrectas o están incompletas.	<b>15%</b>
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>



## Avance 2 de la evidencia

### Descripción general de la evidencia

Elaboración y desarrollo de un proyecto gastronómico que integre experiencias turísticas inclusivas y resalte el patrimonio cultural de la cocina mexicana. El proyecto deberá realizarse en virtud de cuatro festividades concretas: 15 de septiembre, Día de Muertos, Navidad y Año Nuevo.

### Objetivo

Desarrollar un proyecto de cocreación que integre experiencias turísticas inclusivas y resalte el patrimonio cultural gastronómico mexicano. El proyecto simulado deberá vincularse al contenido temático del módulo 1, centrado en la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural intangible.

### Instrucciones

1. Lee el siguiente escenario:

Los gerentes del restaurante "El buen sazón" ya han aceptado tu propuesta y es momento de pasar de la investigación al diseño de los menús inspirados en la gastronomía mexicana tradicional. Recuerda que las festividades sobre las cuales deberás trabajar son el 15 de septiembre, Día de Muertos, Navidad y Año Nuevo. No olvides que tu propuesta debe ser innovadora. Asegúrate de incluir platillos que representen diferentes regiones del país y los sabores típicos de cada festividad. Además, considera las necesidades y expectativas de los comensales.

## 2. Elaboración de los menús

Para este avance, tu trabajo será diseñar los menús basados en la investigación que realizaste en el avance 1 de la evidencia final de este curso. Para el diseño de tus menús, considera los siguientes elementos:

### I. Del diseño de los menús

- Nombre del menú. Deberá estar inspirado en la región o regiones que retomaste para la elaboración del diseño de tus menús.
- Breve descripción del menú. Integra información como la ubicación de la región o regiones originarias, sus alimentos y quiénes son los productores.
- Secciones del menú. Incluye los siguientes componentes:
  - Entradas. Propón una para cada menú de cada festividad. Incluye los tipos de alimentos necesarios para su elaboración (delimita si es de origen animal, origen vegetal o ambos). También indica el tipo de entrada: ensalada, sopa, crema, caldo, etcétera.
  - Platos principales. Sugiere uno por cada menú de cada festividad. En ellos, deberás resaltar una preparación original. Incluye los tipos de alimentos necesarios para su elaboración (delimita si es de origen animal, origen vegetal o ambos). Además, agrega una guarnición.
  - Postre. Plantea uno por cada menú de cada festividad e incluye la base de los ingredientes con la que están elaborados.

### II. De la entrega de los menús

- Deberás elaborar y diseñar cuatro menús, uno por cada festividad.
- Cada menú debe tener, como máximo, dos cuartillas.
- Incluye imágenes del platillo y de la región o cultura que te inspiró.

## 3. Consulta fuentes

- Podrás seguir consultando fuentes e, incluso, recurrir a expertos en cocina tradicional, por ejemplo, a algún tutorial experto.
- Las fuentes deben citarse en formato APA al final de tu documento, asegurando que la información sea precisa y relevante.

*Recomendación adicional:* recuerda que tu propuesta debe equilibrar innovación y autenticidad, rescatando tanto el valor cultural como el atractivo comercial de los menús propuestos.

### Criterios de evaluación

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica.

### Entregable

Documento de Word que integre de forma ordenada la información solicitada.

## Rúbrica de avance 2 de la evidencia

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Comprensión del escenario	<b>10-9</b>	<b>8-7</b>	<b>7-0</b>	<b>10%</b>
	El estudiante comprende completamente el contexto del restaurante y las festividades, integrando una propuesta innovadora que refleja sabores regionales y cumple con las expectativas de los comensales.	El estudiante comprende el escenario general y propone menús que reflejan la gastronomía regional, aunque algunos elementos de innovación o de representación de festividades pueden ser limitados.	El estudiante muestra una comprensión parcial o superficial del escenario, pues los menús carecen de conexión clara con las festividades o de variedad regional.	
Diseño del menú: nombre y descripción	<b>15-13</b>	<b>12-11</b>	<b>11-0</b>	<b>15%</b>
	Cada menú tiene un nombre inspirador y una descripción detallada, destacando las regiones, ingredientes y productores específicos. La información es precisa y muestra investigación sólida.	El nombre y la descripción de cada menú están presentes y reflejan las regiones e ingredientes, aunque con detalles limitados sobre productores o sin profundidad en la descripción.	El nombre o la descripción del menú son vagos o incompletos, sin especificar claramente las regiones, ingredientes o productores involucrados.	
Secciones del menú: entradas	<b>15-13</b>	<b>12-11</b>	<b>11-0</b>	<b>15%</b>
	Las entradas son originales y bien documentadas,	Las entradas muestran variedad y están clasificadas por	Las entradas son poco originales, con detalles insuficientes	

	reflejando una variedad regional y especificando claramente su origen (animal, vegetal o ambos) y tipo de plato (sopa, ensalada, etc.).	origen y tipo de plato, aunque faltan algunos detalles o la variedad entre festividades es limitada.	sobre su origen y tipo de plato y muestran una comprensión limitada de la variedad regional.	
<b>Secciones del menú: platillos principales</b>	<b>15-13</b>	<b>12-11</b>	<b>11-0</b>	<b>15%</b>
	Cada platillo principal es innovador y representa adecuadamente la festividad, con una preparación original y guarnición bien explicada y especificación del origen de los ingredientes.	Los platillos principales son apropiados para cada festividad, aunque pueden carecer de innovación o no siempre incluyen guarnición. La especificación del origen de los ingredientes está incompleta.	Los platillos principales no son apropiados o carecen de originalidad, sin especificación de guarnición ni origen de los ingredientes.	
<b>Secciones del menú: postres</b>	<b>15-13</b>	<b>12-11</b>	<b>11-0</b>	<b>15%</b>
	Cada menú incluye un postre que representa bien la festividad, con ingredientes claramente especificados y conexión cultural.	Los postres están presentes en cada menú, aunque faltan detalles sobre los ingredientes. La conexión con la festividad es débil.	Los postres son inadecuados o no tienen especificación clara de ingredientes ni conexión cultural.	
<b>Entrega de los menús: formato y extensión</b>	<b>20-18</b>	<b>16-14</b>	<b>13-0</b>	<b>20%</b>
	Los cuatro menús se entregan en el formato solicitado, con un máximo de dos cuartillas cada uno, e incluyen imágenes pertinentes de los platillos y las regiones culturales.	Los cuatro menús están en el formato solicitado, aunque exceden ligeramente la extensión o las imágenes de los platillos y regiones no se encuentran en todos los menús.	Los menús no siguen el formato requerido o exceden la extensión permitida. Faltan imágenes de los platillos o de las regiones en la mayoría de los menús.	

	10-9	8-7	7-0	
<b>Consulta y citación de fuentes</b>	Las fuentes son diversas, relevantes y confiables. Se incluyen citas en formato APA con precisión, mostrando profundidad en la investigación.	Las fuentes consultadas son relevantes, pero algunas citas APA tienen errores o hay poca variedad en las fuentes.	Las fuentes son limitadas, con citas incorrectas o incompletas, lo que muestra una investigación superficial.	<b>10%</b>
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>



## Evidencia final

### Descripción general de la evidencia

Elaboración y desarrollo de un proyecto gastronómico que integre experiencias turísticas inclusivas y resalte el patrimonio cultural de la cocina mexicana. El proyecto deberá realizarse en virtud de cuatro festividades concretas: 15 de septiembre, Día de Muertos, Navidad y Año Nuevo.

### Objetivo

Instrumentar el proceso de un producto de cocreación en el que el alumno sea capaz de incluir elementos como los criterios del patrimonio cultural, modalidades del turismo cultural y el desarrollo de un plan de *content marketing* que pueda ser difundido en las redes sociales Facebook e Instagram.

### Instrucciones

1. Lee el siguiente escenario:  
La cadena de restaurantes "El buen sazón" busca renovar sus servicios a través del diseño de menús inspirados en la gastronomía mexicana tradicional, enfocándose en festividades clave como el 15 de septiembre, Día de Muertos, Navidad y Año Nuevo. Tu rol es diseñar una propuesta innovadora y presentarla a los gerentes del restaurante, asegurando la inclusión de platillos que representen diferentes regiones del país y los sabores típicos de cada festividad. Además, debes considerar las necesidades y expectativas de los clientes.
2. De acuerdo con el escenario presentado y en concordancia con el objetivo del trabajo, es momento de realizar tu entrega final, la cual se compone de las siguientes partes:
  - Parte 1. Elaboración de un portafolio digital, el cual estará integrado de las siguientes secciones:
    - Título del portafolio.
    - Propósito de la propuesta gastronómica.
    - Objetivos de la propuesta gastronómica.

- Delimitación de las regiones del país para la elaboración de la propuesta gastronómica y la relación con cada una de las festividades propuestas. Es muy importante que argumentes las influencias gastronómicas, considerando incluso los alimentos necesarios para la elaboración de los menús: alimentos de origen animal, alimentos de origen vegetal, especias y demás ingredientes (incluir recursos gráficos).
  - La integración de los menús será de la siguiente manera:
    1. Menú relacionado con el 15 de septiembre (entrada, platillo principal y postre).
    2. Menú de Día de Muertos (entrada, platillo principal y postre).
    3. Menú de Navidad (entrada, platillo principal y postre).
    4. Menú de Año Nuevo (entrada, platillo principal y postre).
    5. No olvides proponer los menús para niños y personas vegetarianas.
    6. Incluye elementos gráficos.
  - Es muy importante que cada menú vaya acompañado del elemento diferenciador e innovador. Integra las referencias, como los productores y proveedores que apoyarán la elaboración de tus menús.
  - Costo por menú.
  - Lista de las referencias utilizadas.
- Parte 2. Diseño de una campaña para promocionar tu portafolio digital en las redes sociales Facebook e Instagram.
    - Tu campaña deberá basarse en el *content marketing* y la promoción de un producto cultural.

*Recomendación adicional:* recuerda que tu portafolio final debe mostrar equilibrio, innovación y autenticidad, rescatando tanto el valor cultural como el atractivo comercial de los menús propuestos.

### Criterios de evaluación

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica.

### Entregable

- Portafolio digital elaborado en alguna aplicación como Canva, Genially u otra que el alumno elija.
- Presentar evidencia de que el portafolio digital fue compartido y difundido en las redes sociales Facebook e Instagram.

## Rúbrica de evidencia final

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Título, propósito y objetivos del portafolio	<b>10-9</b>	<b>8-7</b>	<b>6-0</b>	<b>10%</b>
	El título es creativo y original. El propósito resulta claro, convincente y alineado con las festividades y la tradición gastronómica mexicana. Los objetivos son específicos, medibles, realistas y bien alineados con el propósito del portafolio.	El título es adecuado, pero poco creativo. El propósito resulta definido, pero no totalmente claro o convincente. Los objetivos están definidos, pero pueden ser más específicos o realistas.	El título es genérico o incompleto. El propósito resulta poco claro, sin alineación evidente con las festividades y tradición. Los objetivos son vagos o no están alineados con el propósito del portafolio.	
Delimitación de regiones e influencias	<b>20 - 17</b>	<b>17 - 15</b>	<b>15 - 0</b>	<b>20%</b>
	Las regiones están claramente delimitadas, con argumentos sólidos y gráficos adecuados que explican las influencias gastronómicas y los ingredientes necesarios para los menús.	La delimitación de las regiones es correcta, pero con argumentos poco profundos o gráficos limitados.	Las regiones son poco claras o están mal delimitadas. Los argumentos son débiles y los gráficos insuficientes o ausentes.	
	<b>20 - 17</b>	<b>17 - 15</b>	<b>15 - 0</b>	<b>20%</b>

<b>Diseño de los menús por festividad</b>	Los menús son completos e innovadores, representando las festividades y regiones. Incluyen opciones para niños y vegetarianos, con diferenciadores bien definidos y referencias a productores/proveedores locales.	Los menús están completos, pero con innovación limitada o diferenciadores poco claros. Se incluyen opciones para niños y vegetarianos, pero con menor profundidad o calidad.	Los menús están incompletos, sin diferenciadores claros o representación limitada de las festividades. Faltan opciones para niños o vegetarianos.	
<b>Campaña digital, elementos gráficos e innovación</b>	<p style="text-align: center;"><b>30-26</b></p> La campaña es creativa y efectiva y está adaptada a Facebook e Instagram, con estrategias claras de <i>content marketing</i> y promoción de un producto cultural. Los elementos gráficos son de alta calidad y mejoran la presentación. La propuesta es innovadora con diferenciadores claros que resaltan en el mercado y cumplen con las expectativas de los clientes.	<p style="text-align: center;"><b>24-21</b></p> La campaña es funcional, pero con creatividad limitada o estrategias poco desarrolladas. Los elementos gráficos están presentes, pero su calidad es limitada. Hay innovación con diferenciadores poco destacados o parcialmente alineados con las expectativas.	<p style="text-align: center;"><b>20-0</b></p> La campaña es básica o sin estrategias claras de <i>content marketing</i> ni enfoque cultural. Hay elementos gráficos ausentes o irrelevantes. La propuesta se presenta sin diferenciadores claros o innovación limitada.	<b>30%</b>
<b>Estructura y presentación del portafolio</b>	<p style="text-align: center;"><b>10-9</b></p> El portafolio es organizado, atractivo y profesional, cumpliendo con	<p style="text-align: center;"><b>8-7</b></p> El portafolio es estructurado, pero con deficiencias en la presentación o ausencia de algunos	<p style="text-align: center;"><b>6-0</b></p> El portafolio está desorganizado, es poco profesional u omite varias partes requeridas.	<b>10%</b>

	todas las partes requeridas.	elementos requeridos.		
Lista de referencias en APA	<b>10-9</b>	<b>8-7</b>	<b>6-0</b>	<b>10%</b>
	Referencias completas, confiables y adecuadas en el formato correcto.	Referencias presentes, pero no completas o con formato incorrecto.	Referencias ausentes o insuficientes.	
			<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

