

EL MÉTODO DE CASOS, ESTRATEGIA DIDÁCTICA EN LA MATERIA DE PLANEACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y MERCADOS TURÍSTICOS.

Maldonado Avalos María Magdalena

Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional

El trabajo que se presenta a continuación se basa en la planeación didáctica desarrollada para la Materia de “**Planeación de los productos y Mercados Turísticos**”, asignatura del 4° semestre de la Maestría en Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas, que se imparte en la Sección de Estudios de Posgrado e Investigación de la Escuela Superior de Turismo del IPN.

El Nuevo Modelo Educativo del Instituto Politécnico Nacional tiene como objetivo el dotar a los alumnos de los conocimientos, habilidades, actitudes, valores, que les permitan en el futuro desempeñarse con éxito en el mundo cambiante y globalizado del siglo XXI.

Los cambios en la educación superior se han dado de una forma mas intensiva a partir de la “Declaración Mundial sobre la educación Superior en el Siglo XXI”, generada en la Conferencia celebrada en Paris del 5 al 9 de Octubre de 1998, en la que se define un nuevo paradigma, en el que la Educación Superior tiene un papel fundamental en el desarrollo de los países.

Entre los puntos de dicha declaración destacan los siguientes¹:

- La Educación Superior forma parte de un sistema integral educativo ofreciendo una preparación para la vida activa.
- La diversidad de los modelos de Educación Superior, los métodos y criterios de acceso son básico, para la atención de la demanda ofreciendo a los educandos las bases y la formación rigurosa suficiente, para entrar en el siglo XXI, contemplando una gran gama de saberes y conocimientos prácticos, considerando además la flexibilidad en el ingreso y egreso del sistema.
- En su calidad de fuente permanente de formación, perfeccionamiento y reciclaje profesionales, las Instituciones de Educación Superior (IES) deberían tomar en consideración sistemáticamente las tendencias que se dan en el mundo laboral y en los sectores científicos, tecnológicos y económicos.
- Las IES deberían brindar a los estudiantes la posibilidad de desarrollar plenamente sus propias capacidades con sentido de la responsabilidad social, educándolos para que tengan una participación activa en la sociedad democrática que propiciaran la igualdad y la justicia.
- Las instituciones de educación superior deben formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados provistos de un sentido crítico y capaces de analizar los

¹ UNESCO. *DECLARACIÓN MUNDIAL SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL SIGLO XXI: VISIÓN Y ACCIÓN.* PARIS. OCTUBRE 1998.

problemas de la sociedad, buscar soluciones para los que se planteen en la sociedad y asumir responsabilidades sociales.

Fomento a la Investigación Educativa

Asimismo, en la mencionada declaración se presentan las siguientes tendencias curriculares discutidas internacionalmente², con las que deberán contar los egresados de las IES:

- Aptitudes para la resolución de problemas
- Orientación hacia la práctica
- Aprendizaje interdisciplinario
- Capacidad para hacer frente a las cuestiones importantes de la humanidad
- Competencias internacionales

En el paradigma que se desprende esta nueva visión, se percibe la necesidad de un nuevo modelo de aprendizaje en la enseñanza superior, centrado en el estudiante. Lo que implica la reformulación de planes de estudio y utilizar métodos y técnicas diferentes para la adquisición de no solo de los conocimientos requeridos del área de especialidad. Será necesario que los profesores logren combinar de manera creativa métodos y técnicas tradicionales así como el uso de nuevos enfoques. Para lograr este fin, se requiere que los profesores conozcan estas técnicas y estrategias didácticas orientadas a un aprendizaje activo y participativo por parte del alumno.

El profesor cambiará su papel de autoridad, para convertirse en facilitador, apoyando no solo el desarrollo de los conocimientos, sino también las habilidades, actitudes, valores, talentos, etc., de los alumnos pretendiendo desarrollar su creatividad, convirtiéndolos en protagonistas del cambio.

El docente es el protagonista en el proceso de mejoramiento de la calidad educativa, ya que es el punto de enlace entre los procesos de aprendizaje de los alumnos y los cambios en la organización institucional. Se requerirá que los profesores cuenten con las competencias pedagógicas-didácticas, que faciliten dichos procesos, para así poder seleccionar aquellas estrategias que favorezcan el proceso de enseñanza y aprendizaje, optimizando tiempo, recursos e información.

Entre las competencias a desarrollar por el docente, en un proceso centrado en la participación activa de los alumnos, se tienen:

- Diseño y utilización de recursos en los que los alumnos actúan sobre el objeto de conocimiento
- Reconoce a la evaluación, como un proceso permanente que anticipa y reorienta la enseñanza
- Da seguimiento a través de diversas estrategias, a los aprendizajes de los alumnos
- Ajusta su planeación y práctica cotidiana, a partir del seguimiento sistemático del desarrollo de competencias en su grupo
- Propicia la autoevaluación y la co-evaluación para que los alumnos valoren su aprendizaje
- Autoevalúa su acción docente permanentemente y sistemáticamente, permitiendo reconocer y transformar su práctica educativa

² Ídem

“Fomento a la Investigación Educativa”

Una alternativa para desarrollar la participación activa de los estudiantes en el proceso de aprendizaje es la Estrategia Didáctica del Método de Casos, la cual se basa en el constructivismo.

La teoría constructivista se desarrolla en torno a 3 ideas fundamentales:

- El alumno, es el responsable último, de su propio proceso de aprendizaje. El, es quien construye (más bien reconstruye), los saberes de su grupo cultural, y este puede ser un sujeto activo, cuando manipula, explora, descubre o inventa, incluso cuando lee o escucha la exposición de otros.
- La actividad mental constructiva del alumno se aplica a contenidos que poseen ya un grado considerable de elaboración. El alumno reconstruye un conocimiento pre-existente en la sociedad pero lo construye en el plano personal desde el momento en que se acerca en forma progresiva y comprensiva a lo que significa y representa los contenidos curriculares como saberes culturales.
- La función del docente, es engarzar los procesos de construcción del alumno con el saber colectivo culturalmente organizado. Esto implica que la función del profesor, no se limita a crear condiciones óptimas para que el alumno despliegue una actividad mental constructiva, sino que debe orientar y guiar explícitamente y deliberadamente dicha actividad.

El enfoque constructivista es el “Enseñar a pensar y actuar sobre contenidos significativos y contextuales”.

Si bien es cierto que en el pasado la Planeación Didáctica ha sido utilizada por los buenos profesores, en muchos casos está se realizaba de manera implícita en las actividades de aprendizaje diseñadas, a veces solo en la mente del profesor. Ante los albores del Siglo XXI y el reto del Nuevo Modelo Educativo del IPN, enfatiza en la importancia de que esta planeación didáctica de se realice de manera formal y explícita, en “blanco y negro” como se dice coloquialmente.

En el curso seleccionado, se decidió implementar el Método de Caso. En esta estrategia se proporciona a los alumnos una serie de casos, que concretizan situaciones acontecidas en la actividad turística, las cuales les permitirán a los alumnos practicar la toma de decisiones. Un **caso** es la descripción de una situación real, que comúnmente involucra una decisión, un reto, una oportunidad, un problema o una cuestión central que afronta una persona (o personas) en una organización

Este método permite a los alumnos construir su aprendizaje a partir del análisis y discusión de experiencias y situaciones de la vida real, Además que les permite aplicar los conocimientos adquiridos.

Esta Estrategia tiene las siguientes características:

- Situación real, que en algunas ocasiones utiliza nombres ficticios para proteger la confidencialidad.



- Descripción escrita de una situación problemática
- Puede incluir material cuantitativo
- No busca soluciones únicas

DIFERENCIAS ENTRE EL MÉTODO DEL CASO Y EL MÉTODO TRADICIONAL

MÉTODO DEL CASO	MÉTODO TRADICIONAL
➤ Inductivo, centrado en las habilidades y en los alumnos	➤ Deductivo, centrado en el profesor
➤ Enfatiza el aprendizaje interactivo y dinámico	➤ Enfatiza la enseñanza
➤ Orientado a la solución de problemas	➤ Orientado a la adquisición de conocimientos

Este método implica una identificación clara de los roles de Profesor y alumno:

EL PROFESOR	EL ALUMNO
➤ Formula preguntas que soporten un análisis y un proceso de toma de decisiones	➤ Sigue un método preciso para buscar causas, consecuencias y soluciones en un hecho concreto
➤ Mantiene con los alumnos una relación sincera, y democrática	➤ Analiza todos los detalles de un hecho concreto
➤ Promueve que todos participen	➤ Aprende a no precipitar sus conclusiones
➤ Conduce al grupo de una fase a otra, sintetizando lo que descubre el grupo	➤ Entrena sistemáticamente con un enfoque objetivo en la solución de problemas que pueden presentársele en un futuro
➤ Resume y clarifica, cronometrando el tiempo, en función del plan de enseñanza	➤ Aprende a considerar varias soluciones concretas para un mismo problema

La Estrategia de enseñanza del Método de Casos fomenta los aprendizajes significativos y entre las habilidades actitudes y valores que puede desarrollar se encuentran:

Habilidades	Capacidad de aprender por cuenta propia Capacidad de análisis, síntesis y evaluación Pensamiento crítico Capacidad de identificar y resolver problemas Habilidad de tomar decisiones Buena Comunicación oral y escrita
Valores y actitudes	Saber escuchar Respeto a la opinión de los demás Honestidad Responsabilidad Visión del entorno internacional Cultura de trabajo.

“Fomento a la Investigación Educativa”

La aplicación del Método del Caso incluye las siguientes etapas:

1. ENTREGA DEL CASO

- Se entregará o bien, se indicará a los alumnos donde pueden encontrar el caso.

2. PREPARACIÓN INDIVIDUAL

- Análisis del caso y toma de decisiones.
- Identificar puntos críticos en el planteamiento del caso.
- Identificar alternativas de solución del problema.
- Seleccionar la alternativa apropiada.
- Desarrollar una propuesta para resolver el caso.

3. DISCUSIÓN EN GRUPOS PEQUEÑOS

- Intercambiar conocimientos y experiencias
- Compartir información
- Fortalecer el análisis
- Confrontar ideas
- No se requiere llegar a una conclusión

4. SESIÓN PLENARIA

- Clarificar conceptos importantes
- Planear alternativas
- Plantear plan de implementación
- Conclusión grupal y señalar metas de aprendizaje

5. REFLEXIÓN INDIVIDUAL

- Conclusión individual de lo planteado durante la discusión plenaria

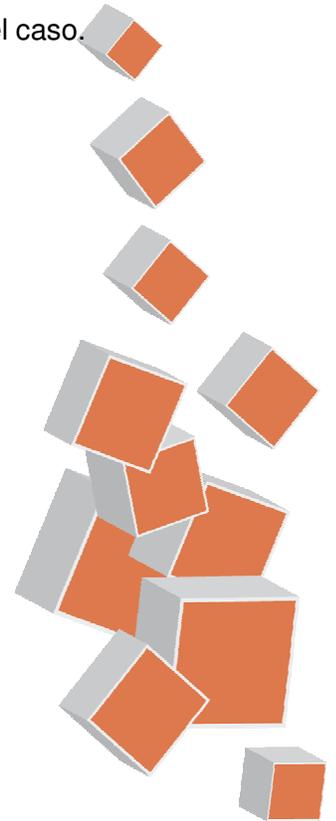
6. EVALUACIÓN.

- El profesor puede auxiliarse de **rúbricas** para evaluar cada una de las etapas.
- También pueden utilizarse rúbricas para la **auto y coevaluación** por parte de los alumnos

Un elemento indispensable en el Método de Casos es la Guía del Instructor, la cual ayuda al profesor en la planeación didáctica, ya que a través de ella identifica los aspectos más relevantes que considero quién preparó el caso, o bien los que debe incluir en el diseño de un Caso. El profesor no debe limitarse solo a la Guía del profesor, debe complementarla con investigación propia. Debe recordar que no hay una respuesta única.

Los Componentes de la Guía del Instructor son:

- Introducción
- Objetivos de Aprendizaje
- Preguntas de estudio
- Análisis
- Sugerencias de enseñanza
- Eventos posteriores al caso
- Comentarios de Cierre
- Bibliografía o fuentes recomendadas



El curso seleccionado para la implementación de la Estrategia Didáctica del Método de Casos fue **“Planeación de los productos y Mercados Turísticos”**, asignatura del 4° semestre de la Maestría en Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas, que se imparte en la Sección de Estudios de Posgrado e Investigación de la Escuela Superior de Turismo del IPN.

El curso mencionado tiene como objetivos que al finalizar el curso los participantes serán capaces de:

- Identificar las particularidades de la mercadotecnia en los servicios turísticos.
- Diferenciar los elementos de la mezcla de mercadotecnia en los servicios turísticos
- Diseñar planes de Mercadotecnia para servicios turísticos

Se compone de las siguientes 9 unidades temáticas:

1. La mercadotecnia en los servicios turísticos
2. La mercadotecnia no tradicional en los servicios turísticos
3. El medio ambiente de mercadotecnia.
4. La experiencia del cliente
5. Diseño y administración de Productos (servicio)
6. Fijación y estrategias de precios
7. Canales de comercialización
8. La mezcla promocional
9. El plan de mercadotecnia

Se seleccionaron los tres casos que se mencionan a continuación:

- ❖ “Euro Disney: un estadounidense en París”³, el cual se utiliza al final de la Unidad temática 5,
- ❖ “Marriott’s Rancho Las Palmas Resort”⁴, su aplicación se realiza al concluir la sexta Unidad.
- ❖ “Acuario Público de Vancouver”⁵. El momento adecuado se ubica al término de la unidad 8

Razones de selección de las unidades temáticas:

En las unidades seleccionadas, el alumno cuenta ya con antecedentes que le permitirán participar en la construcción del aprendizaje que se requiere en esta unidad, además le permitirá integrar contenidos, y al mismo tiempo se convierte en un elemento que permite activar acciones cognitivas.

A continuación se presenta a manera de ejemplo la planeación didáctica de toda la Unidad Temática 5, en la cual se incluye la aplicación del Caso la ejemplificación del “Euro Disney: un estadounidense en París”.

³ **MERCADOTECNIA DE SERVICIOS**, Tercera Edición, LOVELOCK, CHRISTOPHER. EDIT. PRENTICE HALL. 1997, 127-140

⁴ **MERCADOTECNIA DE SERVICIOS**, Tercera Edición, LOVELOCK, CHRISTOPHER. EDIT. PRENTICE HALL. 1997, 293-310,

⁵ **MERCADOTECNIA DE SERVICIOS**, Tercera Edición, LOVELOCK, CHRISTOPHER. EDIT. PRENTICE HALL. 1997, 431-441



Asignatura: Planeación de los productos y Mercados Turísticos

Eje Temático: Unidad V Diseño y administración de productos (servicio)

educativo: Posgrado - 4° semestre Maestría en Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas



“Fomento a la Investigación Educativa”

➤ Razones de selección del eje temático:

En esta unidad, el alumno cuenta ya con antecedentes que le permitirán participar en la construcción del aprendizaje que se requiere en esta unidad, además le permitirá integrar contenidos, y al mismo tiempo se convierte en un elemento que permite disparar acciones cognitivas.

El Diseño del servicio es el elemento esencial en la Mercadotecnia de los Servicios turísticos.

Al final de este eje temático es muy adecuado usar el Método de Casos - Estrategia de enseñanza para la promoción de aprendizajes significativos- por las características que tiene y el tipo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que puede generar.

Adicionalmente, a través de la investigación he podido constatar y obtener información amplia acerca de la compañía Disney, que es sobre la que trata el Caso. Esta empresa es reconocida mundialmente por su Estrategia de servicio.

Subtemas	Procedimientos de enseñanza-aprendizaje	Objetivos	Materiales de apoyo (incluyendo medios y mensajes)	Procedimientos de evaluación
DECISIONES SOBRE SERVICIO <ul style="list-style-type: none"> • Niveles • Marca • Ciclo de Vida 	<p>Investigación Individual previa acerca del tema, elaborar reporte escrito.</p> <p>Contrastar en grupos pequeños (2-3 integrantes) la información encontrada y presentar en acetatos los hallazgos mas importantes,</p> <p>La presentación será en la cronología de la presentación de power point del instructor.</p>	<p>Promover la participación en el aprendizaje.</p> <p>Socializar el conocimiento y hallazgos a través de la comunicación.</p> <p>Fomentar el trabajo colaborativo y el uso de los medios disponibles.</p> <p>Repasar los elementos esenciales del tema con apoyo visual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acetatos en blanco, plumones para acetato y proyector de acetato. - Presentación en Power point y cañón para proyectar. - Bibliografía complementaria 	<p>Reporte de investigación individual.</p> <p>Monitoreo de participación en grupos y material elaborado (acetatos).</p>

2do. FORO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

Subtemas	Procedimientos de enseñanza-aprendizaje	Objetivos	Materiales de apoyo (incluyendo medios y mensajes)	Procedimientos de evaluación
DISEÑO DE PRODUCTOS <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de Flujo • El triángulo del servicio 	<p>El profesor presenta el primer subtema con láminas de power point.</p> <p>Por equipo para la siguiente sesión elaboran 1 diagrama de un servicio turístico y lo presentan al grupo en acetatos.</p> <p>El profesor presenta el segundo subtema con láminas de power point.</p> <p>En grupos de 4-5 integrantes, revisan los ejemplos e identifican elementos clave de “los momentos”.</p> <p>De forma aleatoria presentan al grupo en pleno el elemento clave y argumentan.</p> <p>Conclusión grupal.</p>	<p>Reconocer los aspectos esenciales que componen un tema.</p> <p>Diseñar Propuestas.</p> <p>Ejemplificar conceptos en situaciones vivenciales.</p> <p>Establecer acuerdos, fomentar diálogo y tolerancia.</p> <p>Fomentar el trabajo colaborativo y el uso de los medios disponibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación en Power point y cañón para proyectar. - Proyector de acetatos. - Material impreso de “los Momentos amargos y los momentos estelares” 	<p>Diagrama de flujo en acetato y presentación oral.</p> <p>Monitoreo de participación en grupos.</p> <p>Presentación de resultados oral.</p> <p>Registro de participación individual.</p>

“Fomento a la Investigación Educativa”



2do. FORO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

Subtemas	Procedimientos de enseñanza-aprendizaje	Objetivos	Materiales de apoyo (incluyendo medios y mensajes)	Procedimientos de evaluación
<p>CASO. EURO DISNEY: UN ESTADOUNIDENSE EN PARÍS-</p>	<p>1. PREPARACIÓN INDIVIDUAL. Obtención y lectura del caso antes de la sesión. Elaboración de un reporte con las respuestas a las preguntas del caso.</p> <p>2. GRUPOS DE DISCUSIÓN. Discusión en grupos pequeños (2.3) de la información obtenida.</p> <p>3. CLASE PLENARIA. Sesión dirigida por el instructor y busca realizar un análisis constructivo del caso, basado en las contribuciones individuales de cada participante.</p> <p>4. REFLEXIÓN INDIVIDUAL. Elaborar un reporte de acuerdo a lo solicitado en cada caso particular.</p>	<p>Analizar contenido y sintetizar información</p> <p>Desarrollar habilidades cognitivas como pensamiento crítico, análisis, síntesis, evaluación.</p> <p>Practicar el trabajo en equipo e interactuar con otros estudiantes, con cooperación y flexibilidad.</p> <p>Fomentar el acercamiento con la realidad, la comprensión de fenómenos y hechos sociales, sensibilizarse ante la diversidad de contextos y diferencias personales.</p> <p>Motivar el aprendizaje a través del estudio de casos, que puede ser visto como más interesante por los alumnos.</p> <p>Promover la capacidad de toma de decisiones. Fomentar el trabajo colaborativo y el uso de los medios disponibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Caso Euro Disney, un estadounidense en París, Mercadotecnia de Servicios, 3ª. Ed. Christopher H. Lovelock. Prentice may pp127-140. - Pizarrón. - Presentación en Power point y cañón para proyectar. - Bibliografía complementaria - Navegación en Internet - Video: Reuniones Mágicas Walt Disney World. - Videocassetera VHS 	<p>“Fomento a la Investigación Educativa”</p> <p>Reporte de investigación individual. (Pueden utilizarse rúbricas).</p> <p>Monitoreo de participación en grupos de discusión (puede utilizarse rúbricas).</p> <p>Registro de participación en la Clase Plenaria (puede utilizarse rúbricas).</p> <p>Reporte de la reflexión individual (puede utilizarse rúbricas).</p>

Esta planeación didáctica se ha implementado a lo largo de 5 semestres en la que se ha impartido la materia. La experiencia ha sido enriquecedora desde dos puntos de vista: El primero, desde la visión del profesor, ya que los alcances logrados y la participación del grupo ha sido muy activa, semestre a semestre he constatado que los alumnos están ávidos de experiencias de aprendizaje de este tipo. Los alcances logrados en su investigación y preparación individual acerca de los Casos y temas vinculados; la forma como identifican y utilizan conocimientos adquiridos tanto en la misma materia así como la relación lograda con conocimientos de otras materias aprendidas a lo largo de la maestría han sido muy interesantes. Una condición que ha favorecido el uso del Método de Casos, ha sido el tamaño de los grupos, con un máximo 12 integrantes, permitiendo una buena participación de todos los integrantes, así como la posibilidad de que el profesor pueda realizar el proceso de evaluación de una forma mas equitativa a la participación de los alumnos. El segundo punto de vista, es desde la perspectiva de los alumnos, cabe hacer mención que es la primera materia en la que se utiliza esta Estrategia de aprendizaje. En la evaluación grupal que se realiza al final del curso, los alumnos han manifestado que el Método de Casos ha sido una forma diferente de aprender, que les ha permitido integrar conocimientos, que les ha permitido entender para que les servirán conocimientos aprendidos a lo largo de su Maestría, incluyendo el curso de que se trata. También les ha agradado que sean situaciones que han acontecido a empresas turísticas y que ellos hipotéticamente hubieran planteado soluciones y alternativas muy cercanas a las que se tomaron en la realidad.

Como comentario final, considero que esta Metodología debe aplicarse en semestres anteriores a esta materia. Sin embargo, implica que primero el profesor este capacitado en el manejo del Método de Casos. Segundo que identifique Casos ya escritos o bien los diseñe, recordando que el punto esencial es el diseño de la Guía del Instructor, en el que definirá claramente los motivos y objetivos a alcanzar por los alumnos en la resolución del Caso, puesto que un mismo caso puede ser utilizado en diversas materias. Lo anterior nos demuestra que no se puede improvisar, sino que se requiere el diseño de la Planeación Didáctica explícita para así lograr que los alumnos logren alcanzar los conocimientos, habilidades, talentos, valores y/o actitudes que le permitirán desempeñarse en el mundo laboral resolviendo situaciones que le interesan a la sociedad en la que se desenvuelve.

Bibliografía

- BARNES, LOUIS B; CHRISTENSEN, C. ROLAND; HANSEN, ABBY J. **TEACHING AND THE CASE METHOD, TEXT, CASES AND READINGS**. THIRD EDITION. HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS. 1994.
- DÍAZ-BARRIGA ARCEO, FRIDA; HERNÁNDEZ RODJAS, GERARDO. **ESTRATEGIAS DOCENTES PARA UN APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO, UNA INTERPRETACIÓN CONSTRUCTIVISTA**, 2a. EDICIÓN. ED. MCGRAW HILL, 2002
- ITESM-CEM MATERIAL DEL CURSO “TÉCNICA DIDÁCTICA MÉTODO DE CASOS. Agosto 15 – 17, 2002.”
- KOTLER, PHILIP; BOWEN, JOHN; MAKENS, JAMES. **MARKETING FOR HOSPITALITY AND TOURISM (3RD EDITION)**. PRENTICE HALL. 2004
- LOVELOCK, CHRISTOPHER. **SERVICES MARKETING, PEOPLE, TECHNOLOGY, STRATEGY**. FOURTH EDITION. EDIT. PRENTICE HALL. 2001.
- LOVELOCK, CHRISTOPHER. **MERCADOTECNIA DE SERVICIOS, TERCERA EDICIÓN**. EDIT. PRENTICE HALL. 1997.
- LOVELOCK, CHRISTOPHER **SERVICES MARKETING, FOURTH EDITION, INSTRUCTORS MANUAL**.EDIT. PRENTICE HALL. 2002.
- LOVELOCK, CHRISTOPHER.**SERVICES MARKETING, THIRD EDITION, INSTRUCTOR’S MANUAL**. EDIT. PRENTICE HALL. 1996.



- MAUFFETTE-LEENDERS, LOUISE; ERSKINE, JAMES A.; LEENDERS; MICHIEL R. RICHARD IVEY **LEARNING WITH CASES**, SECOND EDITION. SCHOOL OF BUSINESS. 2001.
- MCKERCHER, BOB. **THE FUTURE OF TOURISM EDUCATION: AN AUSTRALIAN SCENARIO?** TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH. LONDON: FEB 2002. VOL. 3, ISS. 3; P. 199 (12 PAGES)
- PIMIENTA PRIETO, JULIO H. **METODOLOGÍA CONSTRUCTIVISTA, GUÍA PARA LA PLANEACIÓN DOCENTE**. PEARSON. MEXICO. 2005.
- SIGALA, MARIANNA; BAUM, TOM. **TRENDS AND ISSUES IN TOURISM AND HOSPITALITY HIGHER EDUCATION: VISIONING THE FUTURE**. TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH. LONDON: JUL 2003. VOL. 4, ISS. 4; P. 367
- TOVAR SANTANA, ALFONSO. **EL CONSTRUCTIVISMO EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**. IPN. MEXICO. 2001.
- UNESCO. **DECLARACIÓN MUNDIAL SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL SIGLO XXI: VISIÓN Y ACCIÓN**. PARIS. OCTUBRE 1998.

