

GESTIÓN DE LAS EMOCIONES PARA EL DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS MEMORABLES

Instructor: Mg. Aldo Daniel Maciel



PRESENTACION

Este curso innovador, explora el arte y la ciencia que existe detrás de la creación de experiencias turísticas memorables y, aborda el tema desde diferentes aristas:

El escenario competitivo en el que las experiencias turísticas memorables se han vuelto relevantes.

La perspectiva del turista: Analiza los beneficios emocionales que las experiencias bien diseñadas aportan a los viajeros, potencian su satisfacción y crean recuerdos duraderos.

El enfoque en el producto y el destino: Examina cómo agregar valor al producto turístico.

El Impacto: Estudia las consecuencias competitivas que las experiencias memorables generan en las empresas turísticas.

El curso enfatiza la integración de las emociones en el diseño de experiencias turísticas. Esta competencia se ha convertido en un factor clave para el desarrollo profesional en la industria turística actual.

MODALIDAD

El curso tiene una duración de 20 horas, y se ofrece en tres modalidades: Presencial. A distancia con encuentros presenciales. A distancia, con clases sincrónicas.

DESTINATARIOS

Graduados/as en carreras de grado de Turismo, Hotelería. Guías y técnicos en turismo. Prestadores de servicios turísticos. Empresarios, emprendedores. Funcionarios públicos; nacionales, provinciales y municipales de áreas de turismo. No tiene requisitos para la inscripción, no se requiere acreditar conocimientos previos sobre los temas a desarrollar.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

La comunicación con el docente del curso será online, donde se podrán realizar:

Consultas por medio de mensajería y correo electrónico. El docente proporciona material de lectura obligatoria y contenidos complementarios para el estudio de casos. Se prevé un encuentro cada siete días.

MODALIDAD DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Para la acreditación del curso se considera:

La entrega y aprobación de todas las actividades que se consignen como obligatorias. El alumno deberá finalizar la cursada dentro de la duración del trayecto sin excepción. Terminado el mismo, no podrá entregar ninguna actividad obligatoria adeudada.

La aprobación de la Evaluación Integradora Final, la cual puede ser un Trabajo Práctico o un Cuestionario Múltiple Choice.

Al culminar el curso y, de haber cumplido con las condiciones señaladas se otorgará un Certificado de Aprobación. En caso de haberlo hecho parcialmente, se entregará un certificado de Participación.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar competencias para crear experiencias turísticas memorables capaces de generar recuerdos duraderos en los turistas.

Queremos que aprendas a diseñar experiencias turísticas memorables, que sorprendan y asombren a quienes te visitan para que tengan una mejor experiencia, la recuerden y sientan ganas de regresar otra vez para vivirla.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Identificar las características que definen el contexto actual de la economía de la experiencia. Caracterizar al recuerdo como beneficio esperado de la experiencia turística memorable. Identificar el rol de las emociones; sorpresa y asombro en la creación de experiencias turísticas memorables. Analizar el impacto competitivo de la estrategia de diferenciación.



CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1. EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Economía de la experiencia. Relevancia de las experiencias. Experiencias turísticas memorables, concepto. El perfil del consumidor de experiencias. Experiencias como producto, como beneficio emocional, como estrategia. Análisis de casos. Actividad práctica, desarrollo de caso.

Modulo 2. LA IMPORTANCIA DE LOS RECUERDOS

Concepto y función evolutiva del recuerdo. El recuerdo de nuestras vacaciones. Cómo se valora el recuerdo de las experiencias. Consecuencias organizacionales del recuerdo. Experiencia completa. Experiencia recordada. Los dos Yo. Regla del pico y el final. Maximizar el recuerdo. Atención-intención. Análisis de casos. Actividad práctica, desarrollo de caso.

Módulo 3. GESTION DE LAS EMOCIONES. LA SORPRESA

Concepto, características. Función de la sorpresa. Expectativas y realidad percibida. Emoción que abre puertas. La sorpresa y el recuerdo. Beneficios de la sorpresa para el turista y la empresa. Compartir la sorpresa. Gestión de la sorpresa. Análisis de casos. Actividad práctica, desarrollo de caso.

Módulo 4. GESTION DE LAS EMOCIONES. EL ASOMBRO

Concepto, características. Función del asombro. Expectativas y contexto. Beneficios del asombro para el turista y la empresa. Consecuencias del asombro. Las fuentes del asombro. Análisis de casos. Actividad práctica, desarrollo de caso.

BIBLIOGRAFIA

Modulo 1. Experiencias turísticas

Molina; Sergio. El Posturismo. De los centros turístico industriales a las ludópolis. Tesis Económicas profesionales. México. 2000

Pine II, Joseph, Gilmore, James. La Economía de la Experiencia. Gránica. México. 2000

Lecturas

<https://businessintripper.com/opiniones/de-que-estan-hechas-las-experiencias-turisticas/>

Modulo 2. La importancia de los recuerdos

Felman Garret, L. (2018) La vida secreta del cerebro. Paidós

Kahneman, D. (2013). Pensar rápido, pensar despacio. Debate

Taleb, N. (2013). El Cisne negro. Paidós

Ranganath, C. (2024). Por qué recordamos. Ediciones Península

Lecturas

<https://arrobaconsulting.net/cual-es-el-beneficio-que-entregan-las-experiencias-turisticas/>

Modulo 3. Gestión de las emociones. La sorpresa

Gilbert, D. (2006). Tropezar con la felicidad. Ariel

Lecturas

https://greatergood.berkeley.edu/article/item/why_humans_need_surprise

<https://businessintripper.com/opiniones/sorprendeme-como-funcionan-las-emociones-y-el-turismo/>

Modulo 4. Gestión de las emociones. El asombro

Keltner, D. (2023). Awe. The transformative power of everyday wonder. Penguin Random House

LECTURAS

<https://businessintripper.com/opiniones/el-poder-del-asbro-para-crear-experiencias-turisticas-memorables/>

<https://greatergood.berkeley.edu/topic/awe>

https://greatergood.berkeley.edu/article/item/six_ways_to_incorporate_awe_into_your_daily_life

CONTACTO: E- mail:aldomaciel4@gmail.com / Teléfono : +54 9 376 4276133