

PROGRAMA

Curso de Extensión: Destino Futuro (Branding Estratégico y Future Thinking para el Turismo y la Producción en Patagonia)

Este curso, pensado para ser parte de la Diplomatura **DISEÑO DE ESCENARIOS PRODUCTIVOS UNRN**, dictada en la Universidad Nacional de Río Negro (Sede Andina, Bariloche), está diseñado para entrenar un mindset centrado en cultivar una visión transformadora del ecosistema regional. A través de un enfoque práctico que respira creatividad e innovación, el programa busca desarrollar habilidades para resolver problemas complejos con un pensamiento estratégico y aplicando conceptos del pensamiento de futuros en los sectores de Turismo, Hotelería, Administración, Economía y Gastronomía. El objetivo es inspirar a los participantes (estudiantes avanzados, egresados de las carreras y profesionales del sector) a ser agentes de cambio, impulsando la producción local y liderando emprendimientos que definan el futuro de la Patagonia.

Destinatarios:

Estudiantes avanzados o profesionales de los rubros Hotelería, Turismo, Administración o Gastronomía. Emprendedores del sector.

Modalidad:

Virtual

Fechas de cursada:

Del miércoles 5 de Agosto al miércoles 18 de Noviembre (16 clases)

Cupo mínimo:

10 estudiantes. Máximo: 15 estudiantes.

Docentes:

La coordinación y el dictado del curso está a cargo de Adrián Candelmi, quien contará con 2 invitados especiales: Laura Novik (Diseño de Futuros) y Hernán Berdichevsky (Branding Estratégico).

Carga horaria:

16 encuentros de 3 horas: 48 hs

Arancel:

\$ 615.000 por inscripto/a

Opción 1: 1 pago de \$ 615.000

Opción 2: Matrícula de \$ 400.000 + 1 cuota de \$ 215.000

Objetivos:

- **Anticipar el entorno:** Aprender a pensar como un estratega de **futuros**, identificando oportunidades y desafíos emergentes en el turismo, la **producción** y la **gastronomía** para navegar la incertidumbre con éxito.
- **Potenciar el perfil profesional:** Desarrollar habilidades clave como la **creatividad** disruptiva, la **innovación** aplicada, la comunicación estratégica y la inteligencia colectiva.
- **Diseñar nuevas realidades:** Construir y visualizar escenarios de **futuro** posibles que sirvan como hoja de ruta para negocios y políticas públicas en la región.
- **Resolver problemas complejos:** Fortalecer la capacidad para generar soluciones ágiles y sostenibles a los desafíos críticos del ecosistema andino.
- **Prototipar ideas:** Aplicar el Modelo de Exploración a cualquier desafío organizacional, transformando conceptos abstractos en **emprendimientos** y proyectos viables.
- **Liderar con propósito:** Estar preparados para impulsar el cambio y crear un impacto positivo, ético y sostenible (alineado a los ODS) en sus organizaciones y en la comunidad patagónica.

Contenidos:

El plan de estudios aborda ejes teóricos y prácticos, incluyendo:

MÓDULO 1: EXPLORAR LA INCERTIDUMBRE (Pensar Futuros)

- Qué son los Estudios de Futuros. Diferencia entre pronóstico y prospectiva. Megatendencias globales y su impacto en la Patagonia.
- Futuros, tendencias y territorios
- Pensamiento Sistémico aplicado a emprendimientos. Identificación de desafíos críticos (movilidad, estacionalidad, recursos).
- Tipos de Futuros: posibles, plausibles, probables y preferibles. Ejemplos con el Cono de Futuros. Arquetipos de Dator: Continuación (crecimiento), Colapso, Sociedad Disciplinada y Transformación.

MÓDULO 2: DISEÑAR ALTERNATIVAS (Imaginar Futuros)

- **Contenido:** Filtrado de tendencias vs. modas. Cómo leer el entorno económico y productivo.
- Prospectiva Estratégica: la capacidad de anticipar cambios. Construcción, evaluación y selección de escenarios.
- Método de doble variable (Matriz 2x2). Imaginación radical y superación de sesgos.
- Branding Estratégico: La construcción de marcas que trascienden. El diseño como herramienta de transformación cultural.

MÓDULO 3: PROTOTIPAR REALIDADES (Cocreación Futuros)

- **Contenido:** Narrativas y Futuros Experienciales. *Design Fiction*. Cómo tangibilizar el futuro hoy. El rol de la creatividad en la comunicación de ideas.
- Narrativa y storymaking: su uso en proyectos y emprendimientos. Backcasting: cómo trabajar hacia atrás desde un futuro preferido para identificar acciones actuales.
- Economía Naranja aplicada. ODS (Agenda 2030) y diseño para el bien común. Sostenibilidad en la producción.
- Propósito de Marca. Posicionamiento y Diferenciación. La identidad de Marca (Visual y Verbal). Las "C" del Branding.

MÓDULO 4: LIDERAR EL CAMBIO (Acción Estratégica)

- **Contenido:** Cómo usar los escenarios creados para tomar decisiones estratégicas hoy (Future-proofing).
- Experiencia de Marca. El diseño de los puntos de contacto (touchpoints) y la construcción de lealtad a través de la vivencia real. Nuevo turismo: "recuerdos diseñados". La marca como un ecosistema. Branding Sensorial. Diferencia entre la interacción digital y la vivencia física/emocional del turista en el destino.

- Cierre experiencial. Demostración de las habilidades adquiridas.

Criterios de aprobación y acreditación:

Para recibir la Certificación de Asistencia: se debe constatar el 75% de presencia en los Encuentros y entregar los trabajos solicitados por los docentes.

Para recibir el Certificado de Aprobación, además de la condición anterior, se debe entregar y aprobar un trabajo final del curso.

Contactos: