

# Psicología Social aplicada al Planning de marcas

## Curso

28 de septiembre al 26 de octubre, 2019

5 sesiones | 25 horas | Sábado de 09 a 14 hrs

Precio \$13,620 | Antes del 18 de septiembre \$9,534

Consulta Promociones

### ¿De qué trata?

Conoce los fundamentos de la Psicología Social -identidad, modernidad, cambio social- y cómo proveen una base sólida para entender el comportamiento de consumidores y sociedades. Analiza estos valores como herramientas para detectar insights y tensiones, enriqueciendo el research de la marca y la propuesta de estrategias que sean relevantes en nuestra sociedad actual.

### ¿Quién imparte?

**Diana Bueno Bieletto** | Maestra en Psicología Social y Cultural por la London School of Economics y estudió Psicología y Creación Publicitaria en la Universidad Complutense de Madrid. Está a cargo del área de Inteligencia, Research y Estrategia Comercial de OCESA. Fue Content Developer en Innovación Estratégica para De la Riva Group. Con 10 años de experiencia en Planeación Estratégica y Research, ha trabajado en Leo Burnett, Young & Rubicam y BMC Strategic Innovation. Ha desarrollado estrategias basadas en investigación social y cultural para marcas como Heineken, Nike, Google, Bimbo y para Coca-Cola Global, LATAM, México y Asia.

---

#### Informes

Centro de diseño, cine y televisión

Más información en [centro.edu.mx](http://centro.edu.mx) | [f @centro.edu.mx](https://www.facebook.com/centro.edu.mx) | [t @centro\\_news](https://twitter.com/centro_news) | [i @centro\\_U](https://www.instagram.com/centro_U) | Av. Constituyentes 455, Col. América | #MomentosCENTRO

Mónica López | [044 55 8045 0402](mailto:mlopez@centro.edu.mx) | [mlopez@centro.edu.mx](mailto:mlopez@centro.edu.mx) | Karla García | [044 55 4345 9023](mailto:kgarcia@centro.edu.mx) | [kgarcia@centro.edu.mx](mailto:kgarcia@centro.edu.mx)

## ¿A quién va dirigido?

A profesionales del marketing y la publicidad interesados en explorar y comprender el comportamiento humano dentro del mercado latinoamericano para mejorar sus iniciativas y actividades de marca.

## ¿Qué aprenderé?

- . Fundamentos de Psicología Social
- . Representaciones sociales (Moscovici), Minorías Activas, Narrativa, Identidad, Intersubjetividad, Modernidad y Cambio social
- . Insights y Tensiones en publicidad
- . Análisis de campañas publicitarias desde la Psicología Social
- . Rol de las marcas en el cambio social
- . Del research a la construcción de una estrategia

---

### Informes

#### Centro de diseño, cine y televisión

Más información en [centro.edu.mx](http://centro.edu.mx) | [f @centro.edu.mx](https://www.facebook.com/centro.edu.mx) | [t @centro\\_news](https://twitter.com/centro_news) | [i @centro\\_u](https://www.instagram.com/centro_u) | Av. Constituyentes 455, Col. América | #MomentosCENTRO  
Mónica López | [✉ 044 55 8045 0402](mailto:mlopez@centro.edu.mx) | [mlopez@centro.edu.mx](mailto:mlopez@centro.edu.mx) | Karla García | [✉ 044 55 4345 9023](mailto:kgarcia@centro.edu.mx) | [kgarcia@centro.edu.mx](mailto:kgarcia@centro.edu.mx)