

Psicología Social aplicada al Planning de marcas

Curso

07 de octubre al 11 de noviembre, 2017

6 sesiones | 24 horas | Sábado de 9 a 13 hrs

Precio \$9,240

Consulta Promociones 2017

Objetivo

Conocerás los fundamentos de la Psicología Social -identidad, modernidad, cambio social- y cómo proveen una base sólida para entender el comportamiento de consumidores y sociedades. Analizarás 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.

Imparte

Diana Bueno Bieletto | Tiene una Maestría en Psicología Social y Cultural por la London School of Economics y estudió Psicología y Creación Publicitaria en la Universidad Complutense de Madrid. Es 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.

Temario

- . 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