

Psicología Social aplicada al Planning de marcas

Curso

18 de agosto al 29 de septiembre, 2018

5 sesiones | 25 horas | Sábado de 9 a 14 hrs

Precio \$13,620

Consulta Promociones 2018

¿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.

Estudió Psicología y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid. Es Especialista en Inteligencia y Research en OCESA. Ha colaborado con empresas como Burnett, Y&R, BMC Strategic Innovation y De la Riva.

¿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