

CURSO

PSICOLOGÍA SOCIAL APLICADA AL PLANNING DE MARCAS

Informes: Mireya Medina
mmedinap@centro.edu.mx
[Hablemos por Whatsapp](#)

PSICOLOGÍA SOCIAL APLICADA AL PLANNING DE MARCAS CURSO

Informes: Mireya Medina
mmedinap@centro.edu.mx
Hablemos por Whatsapp

¿DE QUÉ SE TRATA?

La psicología social estudia las interacciones entre los seres humanos dentro del grupo y especialmente la influencia de las situaciones sociales en la conducta humana. En este curso, los participantes conocerán los fundamentos de la psicología social - identidad, modernidad, cambio social- y cómo ayudan a entender el comportamiento de consumidores y sociedades, especialmente en esta época donde todos estamos afectados por un fenómeno global que cambiará nuestro comportamiento. Podrán detectar insights y tensiones, enriqueciendo el research de la marca.

TEMARIO

- Temario
- Psicología social y cultural, socioconstructivismo y representaciones sociales
- Identidades sociales
- Interaccionismo simbólico
- Resiliencia
- Tensión global-local
- Sociedades de riesgo
- Técnicas de Research cualitativo
- Identidades sociales y marcas
- Modernidad y postmodernidad
- Cambio social
- Fundamentos de Research y Planning
- Retroplanning
- Construcción de estrategia
- Presentación final

¿QUIÉN IMPARTE?

Diana Bueno Bieletto | Actualmente es Strategic Planning Director en INNOCEAN Worldwide. Es Maestra en Psicología Social y Cultural por la London School of Economics, estudió Psicología y Creación Publicitaria en la Universidad Complutense de Madrid. Trabajó en OCESA liderando el área de Inteligencia y Research. Cuenta con 10 años de experiencia en Planeación Estratégica y Research, ha trabajado en Leo Burnett, Young & Rubicam y BMC Strategic Innovation para marcas como Heineken, Nike, Google, Bimbo y para Coca-Cola Global, a nivel nacional e internacional.