

Psicología Social aplicada al Planning de marcas

Curso

¿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.

¿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