



LAS TRAMPAS DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ELECCIÓN O MANIPULACIÓN

TOMÁS BONAVÍA MARTÍN

MARIÁNGELES MOLPECERES PASTOR

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL

PRESENCIAL.

LAS TRAMPAS DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ELECCIÓN O MANIPULACIÓN

El objetivo de este curso es hacernos conscientes de las estrategias que se emplean para inducirnos a consumir o para moldear nuestra conducta en determinados sentidos, con el fin de protegernos de dicha manipulación.



LAS TRAMPAS DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ELECCIÓN O MANIPULACIÓN



Contenidos

Introducción: la lógica de la sociedad de consumo

1. Una selva de decisiones

1.1. La paradoja de la elección (o el éxito de las marcas blancas)

1.2. ¿Tomamos decisiones racionales? (aspiraciones y realidad)

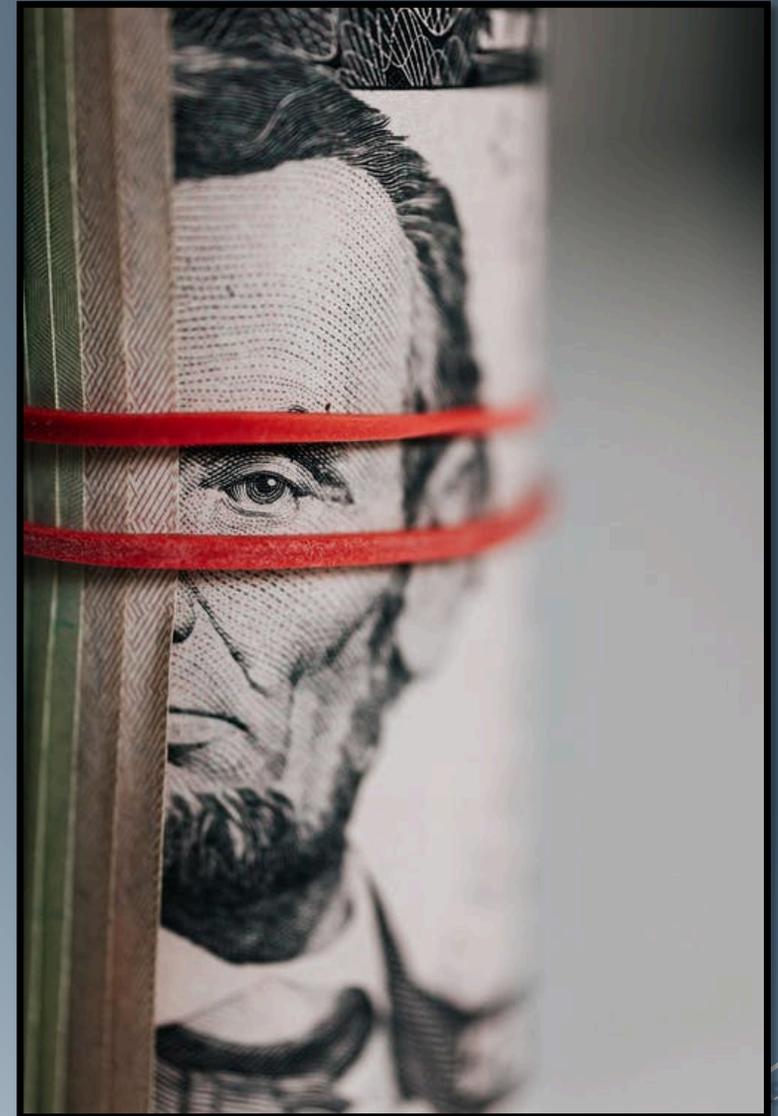
1.3. Cómo juzgamos lo barato (o los trucos de las rebajas)

1.4. Perder o dejar de ganar (aversión a la pérdida)

LAS TRAMPAS DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ELECCIÓN O MANIPULACIÓN

Contenidos (II)

- 1.5. Expectativas y autocontrol (o su falta)
- 1.6. El impulso necesario para tomar mejores decisiones sobre salud, dinero y felicidad
- 2. Las tácticas de ventas
 - 2.1. ¿Qué hace algo deseable?
 - 2.2. Cómo lograr el consentimiento inadvertido
- Epílogo: elección o manipulación



LAS TRAMPAS DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ELECCIÓN O MANIPULACIÓN



Fechas:

Febrero:

1, 8, 15, 22

Marzo:

1, 8, 22, 29

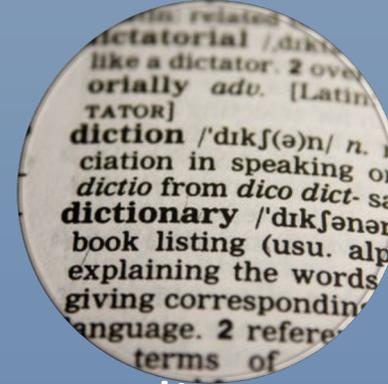
Abril:

5, 12



Horario:

Martes de 18 a
20 horas



- Idioma:
Castellano

- 20 horas

-Créditos NG 2

- 51,46€



- Presencial.