Maestría en Psicología del Consumidor

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Desarrolla en los profesionales de diversas áreas las competencias necesarias para el manejo de planes de marketing centrados en el consumidor que implican el dominio de teorías y modelos propios de su estudio, y de herramientas de investigación de mercados, cualitativas y cuantitativas fundamentadas en técnicas y conceptos de sólida base científica.

Su primer año es equivalente al de Especialización, en el segundo año, las actividades de naturaleza investigativa tienen mayor énfasis que las relacionadas con aspectos teóricos conceptuales y profesionales.

Objetivo General

La Maestría en Psicología del Consumidor de la Konrad Lorenz tiene como objetivo:

Formar investigadores capacitados teórica y metodológicamente en el análisis del comportamiento del consumidor desde la perspectiva de los procesos psicológicos y socioculturales involucrados en las prácticas de intercambio en los mercados.

Promover la investigación en el campo de la Psicología del Consumidor para realizar aportes significativos tanto a su campo de conocimiento científico, como al desarrollo de las organizaciones públicas y privadas.

Contribuir a la formación interdisciplinaria de profesionales que puedan desempeñarse como investigadores y docentes en el campo de estudio de la Psicología del Consumidor, como emprendedores exitosos y como gestores de planes y acciones de marketing en organizaciones nacionales e internacionales.

Dentro de su campo académico pretende el fortalecimiento de las redes de investigación y desarrollo conceptual en el campo de la Psicología del Consumidor en Colombia e Iberoamérica.

Perfil Ocupacional

El Magíster en Psicología del Consumidor Konradista podrá desempeñarse como investigador del comportamiento del consumidor en universidades, centros o agencias de investigación de mercados, como asesor o consultor en investigación de mercado, planeación estratégica y evaluación de proyectos de empresas, docente y/o investigador.