

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA

# GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



## TFM - CAMBIO DE ACTITUDES

CÓDIGO 22200017



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



35FB3D562EFD0CCBD13F9F566B9324C

17-18

TFM - CAMBIO DE ACTITUDES  
CÓDIGO 22200017

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN  
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA  
EQUIPO DOCENTE  
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE  
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE  
RESULTADOS DE APRENDIZAJE  
CONTENIDOS  
METODOLOGÍA  
SISTEMA DE EVALUACIÓN  
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA  
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA  
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	TFM - CAMBIO DE ACTITUDES
Código	22200017
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA
Tipo	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Nº ETCS	25
Horas	625.0
Periodo	ANUAL
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

## PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Las actitudes constituyen un tema fundamental para las ciencias sociales y particularmente para la Psicología Social. Conocer en profundidad cómo se forman y cómo cambian es fundamental para la intervención en procesos que se tratan en este master. La línea de investigación sobre cambio de actitudes tiene como objetivo formar al alumno en este campo de investigación de amplia aplicación en diferentes contextos.

En este periodo de formación se obtienen 25 créditos ECTS, lo que implica la dedicación a lo largo de todo un curso académico.

## REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Para cursar con éxito este programa, es obligatorio que los estudiantes hayan cursado las siguientes asignaturas del programa del Master de investigación en Psicología: “Cómo hacer una investigación en Psicología”, “Fundamentos epistemológicos de la Psicología”, “Análisis de datos y modelos estadísticos” y “Procesos de influencia y cambio de actitudes”.

Es imprescindible un nivel alto de inglés que posibilite la lectura fluida del material de trabajo. Es preciso, también, manejar a nivel de usuario, Internet, así como los programas informáticos Word, PowerPoint y algún paquete estadístico como SPSS.

## EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	DAVID LOIS GARCIA
Correo Electrónico	davidlois@psi.uned.es
Teléfono	91398-9698
Facultad	FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento	PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONE

Nombre y Apellidos	ALEXANDRA VAZQUEZ BOTANA
Correo Electrónico	alx.vazquez@psi.uned.es
Teléfono	91398-8918
Facultad	FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento	PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONE



## HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

A lo largo del curso están planificadas cuatro sesiones presenciales, en el día y hora en que se acuerde con los alumnos, para comentar y corregir las actividades realizadas en las siguientes fases del proyecto: presentación del proyecto de investigación, recogida y análisis de datos, y presentación escrita del informe de investigación.

La asistencia a estas sesiones presenciales es OBLIGATORIA.

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Profundizar en los conocimientos y aplicaciones más recientes sobre los procesos de influencia y cambio de actitudes específicamente en el contexto de una investigación científica.
- Desarrollar una investigación científica a partir de la investigación más relevante en una de las siguientes líneas: 1) actitudes políticas o 2) conducta de movilidad urbana.
- Elaborar un informe de investigación.
- Presentar y defender públicamente la información obtenida de forma clara y expositiva.

## CONTENIDOS

## METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta que el estudiante ya ha realizado la asignatura de *Procesos de influencia y cambio de actitudes*, en la que ya se ha familiarizado con las teorías más importantes en este campo y con algunas de las competencias de investigación, como búsqueda bibliográfica o planteamiento de diseños de investigación, la realización del curso comporta las fases que a continuación se detallan, así como una estimación aproximada de la dedicación en horas de cada una de ellas:

- Elección de un tema de investigación y fundamentación teórica de éste, profundizando en la búsqueda bibliográfica: 100 horas
- Presentación por escrito de un proyecto de investigación que recoja los siguientes apartados: introducción teórica, objetivos, hipótesis, diseño metodológico (muestras sobre la que se recogerán los datos, instrumentos de medida que se prevé utilizar y procedimiento): 50 horas
- Recogida y análisis de datos del trabajo de campo: 225 horas
- Presentación por escrito de un informe de investigación que recoja los siguientes apartados: introducción, objetivos, hipótesis, resultados y conclusiones: 150 horas



- Preparación de la presentación para la defensa presencial del proyecto: 50 horas
- Trabajos de corrección y de tutoría: 50 horas

Los alumnos deberán ir desarrollando a lo largo del curso las actividades planteadas en cada fase y cumplir de la forma más rigurosa posible la temporalización establecida. Su aprendizaje, fundamentalmente, estará orientado a la aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridas previamente al diseño y ejecución de un proyecto de investigación, que finalizará con la elaboración de un informe científico.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

La siguiente bibliografía sirve de referencia para el inicio del curso:

Cialdini, R.B. (2001). *Influence. Science and practice*. (4ª ed). Boston: Allyn & Bacon.

Cialdini, R. B. y Sagarín, B.J. (2005). Principles of interpersonal influence. En T.C. Brock y M.C. Green (Eds.), *Persuasion. Psychological insights and perspectives* (pp.143-169). Thousand Oaks, Sage.

Cialdini, R.B., Demaine, L.J., Sagarin, B.J., Barrett, D.W., Rhoad, K. y Winter, P.L. (2006). Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*, 1, 3-15.

Joule, R.V. y Beauvois, J.L. (2008). *Pequeño tratado de manipulación para gente de bien*, Madrid, Pirámide.

López Sáez, M. (2007). Principios básicos de influencia social. En J. F. Morales, M. C. Moya, E. Gaviria e I. Cuadrado (Coords.), *Psicología Social* (3ª ed., pp. 561-587). Madrid: McGraw-Hill.

López Sáez, M. (2007). Revisiones y nuevas aportaciones a la Teoría de la disonancia. En J. F. Morales, M. C. Moya, E. Gaviria e I. Cuadrado (Coords.), *Psicología Social* (3ª ed., pp. 535-599). Madrid: McGraw-Hill.

Olson, J.M. y Stone, J. (2005). The influence of behavior on attitudes. En D. Albarracín, B.T. Johnson y M.P. Zanna (eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 223-271). Mahawah: Lawrence Erlbaum.

Conner, M. y Sparks, P. (2002). Ambivalence and attitude. *European Review of Social Psychology*, 12, 37-70.

En este artículo se define el concepto de ambivalencia actitudinal, se revisan diferentes medidas de ambivalencia y se examina qué provoca ambivalencia así como algunos objetos de actitud que provocan alta ambivalencia.

Fabrigar, L.R., MacDonald, T.K. y Wegener, D.T. (2005). The structure of attitude. En D. Albarracín, B. T. Johnson y M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 79-124). Mahwah: Lawrence Erlbaum.



Petty, R.E., Tormala, Z.L., Briñol, P. y Jarvis, W.B.G. (2006). Implicit ambivalence from attitude change: An exploration of the PAST model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 21-41.

Wilson, T.D., Lindsey, S. y Schooler, T.Y. (2000). A model of dual attitude. *Psychological Review*, 107, 101-126.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

En función de la línea de investigación elegida por el alumno, se facilitarán los siguientes artículos para su estudio, a modo introductorio:

### Línea de Actitudes Políticas

Bay-Cheng, L. Y., Fitz, C. C., Alizaga, N. M., & Zucker, A. N. (2015). Tracking homo oeconomicus: Development of the neoliberal beliefs inventory. *Journal of Social and Political Psychology*, 3(1), 71-88.

Feinberg, M., & Willer, R. (2015). From Gulf to Bridge When Do Moral Arguments Facilitate Political Influence?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(12), 1665-1681.

Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., & Sulloway, F. J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological bulletin*, 129(3), 339.

Osborne, D., & Sibley, C. G. (2013). Through rose-colored glasses system-justifying beliefs dampen the effects of relative deprivation on well-being and political mobilization. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 0146167213487997.

Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M., & Malle, B. F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of personality and social psychology*, 67(4), 741.

Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological bulletin*, 134(4), 504.

### Línea de Conducta Movilidad Urbana

Bamberg, S., Fujii, S., Friman, M., & Gärling, T. (2011). Behaviour theory and soft transport policy measures. *Transport policy*, 18(1), 228-235.

Dinh, D. D., & Kubota, H. (2013). Speeding behavior on urban residential streets with a 30km/h speed limit under the framework of the theory of planned behavior. *Transport policy*, 29, 199-208.

Friman, M. (2010). Affective dimensions of the waiting experience. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 13(3), 197-205.

JaÅkiewicz, M., & Besta, T. (2014). Is easy access related to better life? Walkability and overlapping of personal and communal identity as predictors of quality of life. *Applied research in quality of life*, 9(3), 505-516.



Lois, D., Moriano, J. A., & Rondinella, G. (2015). Cycle commuting intention: a model based on theory of planned behaviour and social identity. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 32, 101-113.

Steg, L. (2005). Car use: lust and must. Instrumental, symbolic and affective motives for car use. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39(2), 147-162.

## RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Se facilitará al alumno el acceso a los recursos bibliográficos y de software de que disponga la UNED.

En la plataforma virtual del curso se especificarán los pasos que han de darse para el adecuado seguimiento y desarrollo del curso.

## Criterios de admisi&acute;n

En esta línea de investigación no se admitirán más de dos alumnos. El criterio de admisión se basará en el trabajo previo realizado en la asignatura "Procesos de influencia y cambio de actitudes".

---

## IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

