

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN
2016)

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



PROCESOS DE INFLUENCIA Y CAMBIO DE ACTITUDES

CÓDIGO 22202474



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/>



AF19B6D7D864B7AC4D5FDD718596CBB

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	PROCESOS DE INFLUENCIA Y CAMBIO DE ACTITUDES
Código	22202474
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN 2016) (máster seleccionado) / MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	ANUAL
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Este curso se centra en procesos relacionados con el cambio de actitudes, poniendo especial énfasis en el cambio de actitudes que se caracterizan por su ambivalencia. En relación con este tema, en el curso se revisan los procesos psicológicos básicos relacionados con la influencia social y más concretamente con el cambio de conducta producido a través de la influencia intencionada y directa de un agente de influencia. Los profesionales de la persuasión, por ejemplo vendedores o publicistas, utilizan tácticas basadas en estos principios psicológicos. Se analizarán los fundamentos psicológicos de esas tácticas haciendo especial hincapié en los procesos y tácticas que puedan ser útiles para modificar actitudes ambivalentes.

El número máximo de alumnos admitidos será de 10.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Formación adquirida en la licenciatura o el grado de Psicología. Concretamente, la formación en Psicología Social y Metodología capacitan para la comprensión del curso. Es necesario un nivel de inglés alto que posibilite la lectura fluida del material de trabajo. Es preciso, también, manejar a nivel de usuario, Internet, así como los programas informáticos Word y PowerPoint.

Al inicio del curso, los alumnos matriculados en esta asignatura deberán superar un examen online sobre los contenidos básicos que se imparten en la carrera de Psicología, relativos a actitudes y procesos de influencia así como a aspectos generales de investigación (p.e. diseños correlacionales y experimentales o análisis de datos estadísticos).

Se informará a los alumnos del resultado obtenido en ese examen, de modo que puedan subsanar las deficiencias en su formación que impidan abordar el curso con los requisitos previos necesarios.



EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

DAVID LOIS GARCIA
davidlois@psi.uned.es
91398-9698
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

ALEXANDRA VAZQUEZ BOTANA
alx.vazquez@psi.uned.es
91398-8918
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La tutorización del curso por parte del equipo docente se llevará a cabo, fundamentalmente, a través de la plataforma virtual. Además de este medio, los estudiantes podrán contactar con los profesores a través del teléfono en los días y horas que se indicarán al inicio del curso.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo prioritario que los estudiantes adquieran un conocimiento actualizado en el campo de las actitudes, que les permita profundizar en los aspectos teóricos y de investigación en este área de conocimiento.

La realización del curso permitirá al alumnado:

- Conocer la literatura actual más destacada en relación con la ambivalencia actitudinal.
- Conocer la literatura fundamental sobre los principios básicos de influencia y el cambio de actitudes.
- Comprender cómo se ha llevado a cabo la investigación más relevante sobre los principios básicos de influencia y el cambio de actitudes.
- Adquirir los conocimientos de metodología que le permitan diseñar investigaciones relacionadas con el contenido del curso.



CONTENIDOS

METODOLOGÍA

Esta asignatura está diseñada para ser realizada a distancia. Por lo tanto, el alumno deberá afrontar el estudio de manera autónoma con las directrices que se propongan. Por esa razón, es fundamental una planificación adecuada de las tareas que se especifican a lo largo del curso para poder alcanzar los objetivos previstos. Aparte de las referencias a los libros y manuales que deberá consultar, se proporcionará al estudiante artículos monográficos sobre las distintas teorías e investigaciones objeto de estudio, así como los medios de soporte virtual de la docencia.

Las actividades que se deben realizar para superar la asignatura, así como el tiempo de trabajo estimado para cada una de ellas se resume en los siguientes puntos:

1. Lectura y resumen crítico de los textos propuestos. 45 horas.
2. Búsqueda de la información relevante para la elaboración de un proyecto de investigación (manuales, monografías, revistas especializadas e Internet). 25 horas.
3. Consultas a los profesores, debate y participación en los foros. 25 horas.
4. Realización y entrega de un proyecto de investigación. 30 horas.

Las actividades que deben realizar los alumnos se llevarán a cabo de forma individual. Sin embargo, se pretende que todos los alumnos participen activamente a través de la plataforma virtual, aportando elementos de reflexión sobre los contenidos, fomentando así un intercambio de información que pueda enriquecer el desarrollo de las actividades propuestas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173–221). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Este trabajo se exponen algunos de los principales modelos desarrollados para explicar cómo es la influencia de las actitudes sobre el comportamiento, entre ellos, el modelo MODE y la teoría de la acción planificada.

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.



Robert Cialdini es uno de los teóricos e investigadores más prestigiosos en el área de los procesos de influencia. Este capítulo expone los principios de influencia social más utilizados por los profesionales en la práctica comercial. Los autores recogen además las investigaciones realizadas en torno a estas tácticas de influencia, lo que otorga validez a estos principios.

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.

Este capítulo se integra en el manual más completo sobre actitudes. Una comprensión de los componentes de las actitudes y la relación entre ellos es fundamental para el estudio de la ambivalencia actitudinal.

Howe, L. C., &Krosnick, J. A. (2017). Attitude Strength. *Annual Review of Psychology*, 68, 327-351.

Este artículo contiene una de las pocas revisiones existentes sobre fuerza actitudinal. En él se revisan las teorías más relevantes sobre la importancia de las actitudes, así como la evidencia empírica que se ha ido reuniendo al respecto.

Miller, D. T., &Prentice, D. A. (2016). Changing norms to change behavior. *Annual Review of Psychology*, 67, 339-361.

En este artículo se hace una revisión de intervenciones basadas en normas cuyo objetivo es la reducción de comportamientos perjudiciales para los individuos y los grupos.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Se facilitarán las referencias de artículos y capítulos de libro de lectura obligatoria que los alumnos deben trabajar autónomamente. Parte de este material estará disponible a través de la plataforma virtual.

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

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.

