

18-19

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/>



E866EB7C82ABFDBD768EA7CE4DDE8DD

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	2018/2019
Título 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.

Este trabajo de fin de master se enmarca dentro del programa de formación en investigación del área de Psicología Social. El conocimiento profundo de la investigación sobre cambio de actitudes es aplicable a cualquiera de los temas desarrollados en los itinerarios de Psicología Social o de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones del programa del Master en Investigación en Psicología. Las actitudes son, también, un elemento esencial en otras áreas de conocimiento, como medios de comunicación, publicidad y marketing, opinión pública o Psicología política.

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
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

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

COMPETENCIAS GENERALES

CGT1 - Desarrollar el razonamiento crítico y la capacidad para realizar análisis y síntesis de la información disponible.

CGT4 - Preparar los datos para el análisis (desenvolverse en la relación entre bases de datos y análisis estadístico).

CGT5 - Definir, medir y describir variables (personalidad, aptitudes, actitudes, etc.).

CGT6 - Planificar una investigación identificando problemas y necesidades, y ejecutar cada uno de sus pasos (diseño, medida, proceso de datos, análisis de datos, modelado, informe).

CGT7 - Analizar datos identificando diferencias y relaciones. Esto implica conocer las diferentes herramientas de análisis así como su utilidad y aplicabilidad en cada contexto.

CGT8 - Obtener información de forma efectiva a partir de libros, revistas especializadas y otras fuentes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE3 - Llegar a ser capaz de trasladar los conocimientos adquiridos en la investigación a contextos profesionales.

CE4 - Desarrollar habilidades para evaluar la investigación proyectada por otros profesionales.

CE6 - Saber realizar una investigación válida y fiable en el ámbito de la línea de investigación.

CE7 - Saber interpretar los resultados obtenidos en la investigación.

CE8 - Saber redactar un informe científico en el ámbito de la línea de investigación.



CE9 - Saber exponer y defender los resultados obtenidos en la investigación.

CE10 - Aprender a diseñar una investigación relevante en el área de la línea de investigación.

CE11 - Adquirir habilidades para el inicio y desarrollo de la tesis doctoral.

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

Línea Formación y Cambio de Actitudes

El trabajo de investigación va dirigido al alumnado interesado en investigar procesos relacionados con la formación y cambio de actitudes en las áreas de conocimiento propuestas por el equipo docente: actitudes políticas o conducta de movilidad urbana. El estudiante realizará un trabajo de investigación empírica del que redactará un informe científico y que defenderá públicamente.

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

TIPO DE PRIMERA PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen

No hay prueba presencial

TIPO DE SEGUNDA PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen2

No hay prueba presencial

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad

Si

Descripción

A lo largo de todo el curso se le informará al alumno sobre lo adecuado de sus progresos.

El equipo docente evaluará el informe del trabajo de campo realizado. Posteriormente, el trabajo será defendido públicamente y evaluado por un tribunal. La calificación final se obtiene a partir de la evaluación del profesor y del tribunal, de acuerdo con la normativa general del master.

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?

No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones



OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La calificación final se obtiene a partir de la evaluación del profesor y del tribunal, de acuerdo con la normativa general del master.

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.

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 se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

