ASIGNATURA DE MÁSTER:

PROCESOS DE INFLUENCIA Y CAMBIO DE ACTITUDES

Curso 2009/2010

(Código:22202474)

1.PRESENTACIÓN

Este curso se centra en procesos psicológicos básicos relacionados con la influencia social y más concretamente en 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 principio psicológicos. En el curso se analizarán los fundamentos psicológicos de esas tácticas haciendo especial hincapié en los procesos y tácticas relacionados con la teoría de la disonancia cognitiva.

2.CONTEXTUALIZACIÓN

Conocer cómo se forman y cómo cambian las actitudes es fundamental para profundizar en muchos de los cursos integrados en el programa de Investigación en Psicología Social, como son los relacionados con prejuicios de género o contra determinados colectivos sociales, así como con el comportamiento en el marco de las organizaciones. Además, las actitudes son un elemento esencial en otras áreas de conocimiento, como medios de comunicación, publicidad y marketing, opinión pública o Psicología política.

El curso va dirigido al alumnado interesado en investigar procesos relacionados con la formación y cambio de actitudes en cualquiera de estas áreas.

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

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.

4.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 esta área de conocimiento.

La realización del curso permitirá al alumnado:

- Conocer la literatura actual más destacada sobre 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.

Ámbito: GUI - 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/
8090CD46ACB9A2CF6F412CB60BFB23B4

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El contenido de la asignatura se organiza en dos bloques.

Bloque 1: Principios de influencia social. En este bloque se integra el aprendizaje de los procesos psicólogicos en los que se sustenta la influencia social intencionada y las tácticas de influencia relacionadas con cada uno de los principios.

Bloque 2: Incentivos versus disonancia cognitiva. Se estudia los diferentes paradigmas de investigación sobre disonancia cognitiva, así como las últimas aportaciones a esta teoría.

6.EQUIPO DOCENTE

DATOS NO DISPONIBLES POR OBSOLESCENCIA

7.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 las profesoras, 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.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

- Joule, R.V. y Beauvois, J.L. (2008). *Pequeño tratado de manipulación para gente de bien*. Madrid: Pirámide. Los autores de esta obra son unos de los teóricos que han aportado nuevas perspectivas a la Teoría de la disonancia cognitiva. Revisan la teoría y las técnicas de influencia social desde una perspectiva muy aplicada a la realidad cotidiana.
- Cialdini, R. B. y Sagarín, B.J. (2005). Principles of interpersonal influence. En T.C. Brock y M.C. Green (Eds.),

Ámbito: GUI - 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/

8090CD46ACB9A2CF6F412CB60BFB23B4

Persuasion. Psychological insights and perspectives (pp.143-169). Thousand Oaks: Sage.
Robert Cialdini es uno de los téoricos 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.

- 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.
  En este artículo se expone un estudio realizado para investigar la efectividad de las normas (descriptivas *vs*. prescriptivas) así como del tono del mensaje (positivo vs. negativo) en los procesos de influencia.
- 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.
  Dentro del *Handbook* sobre actitudes, este capítulo está dedicado a la Teoría de la disonancia cognitiva. En él se recogen las nuevas investigaciones en esta teoría.

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

Los siguientes capítulos forman parte del manual de Psicología Social estudiado por los alumnos que han cursado la licenciatura en la UNED. Se recomienda su lectura como introducción al curso, ya que permitirá una primera aproximación, sencilla y en castellano, a contenidos más complejos sobre estos temas.

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). Fundamentos de la Teoría de la disonancia cognitiva. En J. F. Morales, M. C. Moya, E. Gaviria e I. Cuadrado (Coords.), *Psicología Social* (3ª ed., pp. 517-534). 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.

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

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.

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

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 las profesoras a través del teléfono en los días y horas que se indicarán al inicio del curso.

Entre el 15 y el 28 del mes de Marzo se planificará una reunión con los alumnos para orientarles en la realización del trabajo final que deben presentar antes del mes de Julio.

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación de este curso se llevará a cabo a través de las actividades indicadas en el plan de trabajo. Se tendrá en cuenta la entrega puntual de los trabajos en las fechas indicadas por el equipo docente.

Ámbito: GUI - 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/
8090CD46ACB9A2CF6F412CB60BFB23B4

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

Ámbito: GUI - 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/
8090CD46ACB9A2CF6F412CB60BFB23B4