



CURSOS de **OTOÑO** 2022

**“INFLUENCIA SOCIAL O CÓMO
PERSUADIR DEL CAMBIO DE
ACTITUDES Y DE CONDUCTA”**

19 y 20 de octubre

Sala de Grados CREAR

www.euosuna.org

Escuela Universitaria de Osuna
Contacto_ 955820289



www.euosuna.org

Escuela
Universitaria
de Osuna **euo**

“INFLUENCIA SOCIAL O CÓMO PERSUADIR DEL CAMBIO DE ACTITUDES Y DE CONDUCTA”

Director: Dr. D. Juan Pablo Sobrino Toro y Dr. D. José M^a León-Rubio

TEMÁTICA Y OBJETIVOS DEL CURSO

OBJETIVOS GENERALES

Dotar a los asistentes de una base conceptual y metodológica sobre los procesos de influencia social, por los que podemos hacer que otras personas cambien de actitudes y de comportamiento, ya sea de forma explícita o implícita.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se pretende que los asistentes:
Comprendan la importancia que tiene el conocimiento de los procesos de influencia social para gestionar su trabajo de forma más exitosa.
Aplican las técnicas de persuasión en la interacción con las personas, para que estos cambien de actitudes y de comportamiento.
Adquieran las actitudes y habilidades necesarias para determinar en función de las circunstancias y características qué procesos de influencia social serían más beneficiosos.

METODOLOGÍA

SESIONES TEÓRICAS

En las sesiones expositivas el profesor se conducirá del siguiente modo:
1- Destacará la importancia del tema mediante ejemplos de casos reales.
2- Presentará los objetivos específicos del tema.
3- Expondrá las tesis y puntos principales del mismo.
4- Desarrollará los contenidos apoyándose en la presentación de un problema que los asistentes deberán intentar resolver, se pretende así que analicen y sinteticen los contenidos del curso.
5- Presentará un resumen y las conclusiones.
6- Resolverá las preguntas y dudas que se le formulen.

SESIONES PRÁCTICAS

El desarrollo de las sesiones prácticas seguirá el siguiente esquema:
Proporcionará información sobre las actitudes y comportamientos objeto de modificación.
Justificará el proceso de influencia social que es necesario desencadenar. Ejemplificará los modos que originan el proceso de influencia social de interés.
Proporcionará situaciones para que el asistente ensaye el modo de producir o desencadenar el proceso de influencia social más adecuado a estas.
Facilitará retroalimentación y recompensa acerca de la ejecución de cada uno de los asistentes.
Propondrá ejercicios y estrategias conducentes a la generalización de lo aprendido.
Por su parte, los asistentes deberán participar de forma activa en el desarrollo de estas sesiones, demostrando el nivel de adquisición de los conocimientos expuestos y de las habilidades ejemplificadas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los participantes serán evaluados en función de los siguientes criterios: asistencia, participación y logro de los objetivos del Curso

BIBLIOGRAFÍA

Heinrichs, J., & Palmer-Sutton, N. (2018). Cómo discutir con un gato : una guía de persuasión pensada para humanos (1ª ed.). Urano.
Lakhani, D., & Atmetlla Benavent, E. (2018). Persuasión : el arte de influir en las personas (2ª ed.). Amat.
León Rubio, J. M. et al. (2020). Intervención social a través de los medios de comunicación social. Universidad de Sevilla. Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías.
León Rubio, J. M. et al. (2017). Psicología social : orientaciones teóricas y ejercicios prácticos. McGraw-Hill.
Soules, M. (2015). Media, persuasion and propaganda. Edinburgh University Press.

CONTENIDOS Y ORGANIZACIÓN

Módulo	PROBLEMA	TEORÍA	PRÁCTICA	CONTEXTO DE APLICACIÓN
1	Cómo influir en los demás para que cambien de actitudes y comportamiento por convencimiento y no por complacencia u obediencia.	Concepto, definición y tipos de influencia social.	Se plantearán distintos supuestos y los asistentes deberán anticipar su desenlace, así como la forma de cambiar éste. Después, mediante la técnica de juego de roles, se simularán las soluciones aportadas que suelen ser más efectivas.	En salud para seguir las prescripciones del personal sanitario. En educación para cambiar nuestras actitudes y comportamientos
2	Por qué obedecemos sin cuestionamiento	Estudios de Milgram sobre la obediencia a la autoridad.	Vídeo ilustrativo del fenómeno de la obediencia a la autoridad (el juego de la muerte), y debate sobre los factores que influyen en la obediencia a la autoridad.	En salud para evitar la adopción de estilos de vida perjudiciales para la salud. En educación para desarrollar una actitud crítica hacia el aprendizaje
3	¿Son necesarias las normas o estándares de referencia? ¿Somos un espíritu libre o nos dejamos llevar por la presión del grupo o de las circunstancias?	Formación e influencia de las normas. Conformidad y aceptación grupal.	Vídeo sobre el efecto autocinético de Sherif, y debate sobre la creación de normas arbitrarias y su prolongación en el tiempo.	En salud para desarrollar comportamientos saludables. En educación para poner en valor nuestra participación en el trabajo en equipo
4	¿Quiénes son más proclives a ser conformistas? ¿Bajo qué situaciones solemos ser más conformistas?	Factores personales y situacionales de la conformidad. Influencia normativa e informativa.	Se plantearán distintos supuestos y los asistentes deberán anticipar su desenlace en términos de influencia normativa e informativa. Después, se diseñará conjuntamente un protocolo de actuación que requiera el uso de la influencia normativa e informativa.	En salud para comunicarse de modo efectivo con los pacientes En educación para tener una relación productiva con los alumnos.

5	Cómo influir en los demás, cuando somos minoría	Influencia del estilo de comportamiento.	Se realizará una experiencia sobre el color informado de la imagen cromática residual como resultado de la influencia de la mayoría y de la minoría, y con base a los resultados ilustraremos el efecto que otras personas tienen sobre nuestras actitudes y comportamientos.	En salud para lograr la adherencia de los pacientes. En educación para conseguir la confianza de los alumnos.
6	¿Qué poder tienen las palabras? ¿Pueden las palabras dirigir nuestras intenciones y nuestros comportamientos?	El modelo heurístico y la teoría de la elaboración de la respuesta	Primero, se realizará un ejercicio sobre prosodia e influencia social, para ilustrar el efecto del tono del mensaje sobre nuestra disposición para seguir un consejo publicitario o preventivo. Segundo, los asistentes se distribuirán en grupos pequeños y deberán construir un mismo mensaje de dos formas distintas según a quienes tengan que dirigirse. Cada grupo expondrá el suyo y elegiremos el mejor mediante votación.	En salud para ajustar la comunicación a las características de los pacientes. En educación para ajustar la comunicación a las características de los alumnos.