



Asignatura: Habilidades para la comunicación y persuasión  
Código: 31878  
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
Tipo: OPTATIVA  
Nº Créditos: 2,5  
Curso Académico: 2013/2014

## 1. ASIGNATURA/COURSE

### 1.1. Nombre/Course Title

HABILIDADES PARA LA COMUNICACIÓN Y PERSUASIÓN

### 1.2. Código/Course Code

31878

### 1.3. Tipo/Type of course

OPTATIVA

### 1.4. Nivel/Level of course

Master

### 1.5. Curso/Year of course

Curso Académico 2013/14

### 1.6. Semestre/ Semester

Segundo semestre

### 1.7. Número de créditos / Number of Credits Allocated

2,5 créditos ECTS



Asignatura: Habilidades para la comunicación y persuasión  
Código: 31878  
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
Tipo: OPTATIVA  
Nº Créditos: 2,5  
Curso Académico: 2013/2014

## 1.8. Requisitos Previos/Prerequisites

Ninguno

## 1.9. ¿Es obligatoria la asistencia?/Is attendancetoclass mandatory?

No es imprescindible, pero si recomendable puesto que parte de la evaluación tendrá lugar de forma continuada a través de la realización de ejercicios prácticos en clase. En principio, es posible faltar a alguna de estas clases, pero los ejercicios realizados ese día serán calificados con un cero de cara a la nota media final. Por tanto, no conviene perder clase.

## 1.10. Datos del profesor/a/profesores/Faculty Data

### **Pablo Briñol**

Facultad de Psicología (despacho 74, anexo al módulo IV)

Teléfono: 91 497-3299

email: [pablo.brinnol@uam.es](mailto:pablo.brinnol@uam.es)

pagina web: [www.uam.es/persuasion](http://www.uam.es/persuasion)

## 1.11. Objetivos del curso/Objective of the course

El objetivo fundamental de curso consiste en introducir y facilitar el pensamiento científico para el estudio de los fenómenos de influencia social en las organizaciones. Además de desarrollar esta mentalidad científica, el curso tiene como objetivo familiarizar al alumno con las dos dimensiones básicas de la interacción humana: la comunicación y la persuasión. A partir de los avances teórico-experimentales más recientes, se desarrollarán distintos contenidos relacionados con el cambio de actitudes y la persuasión.

En resumen, el objetivo principal de la asignatura consiste en comprender el comportamiento de influencia social de las personas en las organizaciones para poder desarrollar estrategias eficaces de gestión de las mismas. Con el objetivo general de explicar los múltiples comportamientos organizacionales relacionados con la influencia y la persuasión, durante el curso se estudiarán distintos niveles de análisis (e.g., individual, grupal, organizacional y extra-organizacional) y también distintos procesos organizacionales que se basan en el cambio de actitudes (e.g., selección, socialización, evaluación, promoción, intervención, motivación y satisfacción, entre otros).

La asignatura también tiene los siguientes objetivos secundarios: (1) Aportar conocimientos y habilidades prácticos para la futura incorporación de los alumnos al mercado laboral, (2) relacionar los contenidos de la asignatura con los conocimientos adquiridos en otras



Asignatura: Habilidades para la comunicación y persuasión  
Código: 31878  
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
Tipo: OPTATIVA  
Nº Créditos: 2,5  
Curso Académico: 2013/2014

asignaturas afines, (3) de nuevo, aprender a pensar y solucionar problemas a través de la utilización del método científico.

## 1.12. Contenidos del Programa/Course Contents

### 1.- Estudio científico del comportamiento organizacional

Comportamientos organizacionales frecuentes  
Evaluación de causas y efectos en comportamiento organizacional  
Métodos correlacionales de estudio del comportamiento organizacional  
Métodos experimentales de estudio del comportamiento organizacional

### 2.- La influencia interpersonal como fenómeno organizacional

Evaluación científica de la influencia interpersonal organizacional  
Tratamientos e intervenciones vs. No-tratamientos  
Tratamientos vs. Controles  
Múltiples tratamientos e intervenciones

### 3.- Habilidades interpersonales de persuasión

Técnicas y habilidades de los emisores persuasivos  
Técnicas y habilidades de los mensajes persuasivos  
El receptor y el contexto de la persuasión  
Técnicas sutiles de persuasión (e.g., auto-persuasión)  
Técnicas avanzadas de persuasión (e.g., meta-cognición).

## 1.13. Referencias de Consulta Básicas/Recommended Reading.

### BIBLIOGRAFÍA EN CASTELLANO (PERSUASION):

- Briñol, P., De la Corte, L., & Becerra, A. (2001). *Qué es persuasión*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Briñol, P., Horcajo, J., Valle, C., & DeMiguel, J. (2007). Cambio de actitudes. In J. F. Morales, C. Huici, M. Moya & E. Gaviria (Eds.), *Psicología Social* (3<sup>rd</sup> ed., pp. 491-516). Madrid: McGraw-Hill.
- Briñol, P., Valle, C., & Becerra, A. (2008). El efecto del poder sobre la confianza en los propios pensamientos. En J. F. Morales; C. Huici; E. Gaviria & A. Gómez (Eds.), *Método, teoría e investigación en Psicología Social* (pp. 662-685). Madrid: Pearson Prentice Hall.



Asignatura: Habilidades para la comunicación y persuasión  
Código: 31878  
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
Tipo: OPTATIVA  
Nº Créditos: 2,5  
Curso Académico: 2013/2014

Briñol, P., Gandarillas, B., Horcajo, J., & Becerra, A. (2010). Emoción y meta-cognición: Implicaciones para el cambio de actitud. *Revista de Psicología Social*, 25, 157-183.

Más bibliografía sobre persuasión disponible en: <http://www.uam.es/persuasion/>

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA EN INGLES (EXPERIMENTACION):**

Cozby, P. C. (2009). *Methods in Behavioral Research* (10<sup>th</sup> Ed.). McCraw-Hill.

Wilson, T. D., & Aronson, E., & Carlsmith, K. (2010). The art of laboratory experimentation. In S. Fiske, D. Gilbert, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (5th ed., pp. 51-82). New York: Wiley.

## 2. Métodos Docentes / Teaching methods

Se pretende que el alumno desarrolle y consolide los conocimientos a través de la aplicación práctica y de la reflexión crítica. Para ello, se alternará la exposición de contenidos teóricos con la aplicación de los mismos a casos reales y la exposición de personas implicadas, entre otros. En el desarrollo de las clases, se promoverá la participación y el debate. Muchos de los casos prácticos requerirán la aplicación del método científico para la resolución de problemas.

La calificación final de los alumnos provendrá de la evaluación continua derivada de:

- Realización de actividades prácticas de cada uno de los temas.
- Participación en clase y en trabajos de grupo.
- Evaluación final de conocimientos adquiridos.



### 3. Tiempo estimado de Trabajo del Estudiante / **Estimated workload for the student**

- 1) Clases teóricas: 15 horas presenciales en el aula (Entre 1 y 15 horas más de preparación no presencial)
- 2) Clases prácticas: 15 horas presenciales en el aula (Entre 1 y 15 horas más de preparación no presencial)
- 3) Tutorías: Número de horas a convenir con cada estudiante (o grupo de estudiantes) según sus necesidades

### 4. Métodos de Evaluación y Porcentaje en la Calificación Final / **Assessment Methods and Percentage in the Final marks**

La calificación final de los alumnos provendrá de la evaluación continua derivada de:

- 1) Realización de actividades prácticas de cada uno de los temas (70%). En concreto, todos y cada uno de los días de clase se llevara a cabo una prueba objetiva que implicara la resolución de problemas o casos prácticos. Esta parte de la evaluación estará compuesta por pruebas de respuesta breve realizados en clase.
- 2) Exposición y Participación en clase (20%). Los últimos días del curso se llevaran a cabo exposiciones de trabajos orales en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura (seminario) y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas.
- 3) Participación en clase (10%). Evaluación de conocimientos adquiridos a través de la observación y el registro de conductas que realiza el alumno en la ejecución de tareas o actividades que se correspondan con las competencias

### 5. Cronograma de Actividades (opcional) / **Activities Cronogram (optional)**



Asignatura: Habilidades para la comunicación y persuasión  
Código: 31878  
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
Tipo: OPTATIVA  
Nº Créditos: 2,5  
Curso Académico: 2013/2014

El cronograma de actividades está dividido en tres bloques principales correspondientes a los tres bloques teóricos del temario.

Primer bloque (10 horas presenciales): Estudio científico del comportamiento organizacional

Segundo bloque (10 horas presenciales): La influencia interpersonal como fenómeno organizacional

Tercer bloque (10 horas presenciales): Habilidades interpersonales de persuasión