

Unidade Curricular/Curricular Unit

ECTS

Processos de Persuasão, Influência e Mudança Social / Processes of Social Change, Influence and Persuasion 6

Objetivos de Aprendizagem e competências a desenvolver / Objectives of the curricular unit and competencies to be developed

PT

Esta UC transmite conhecimento científico sobre o processo de mudança de atitudes, crenças e/ou comportamentos por persuasão ou por outros processos de influência social. Abordam-se modelos teóricos e estudos empíricos nas áreas de estudo da persuasão e de influência social, demonstrando como somos influenciados pela simples presença de outros e pelas suas ações individuais e ou grupais.

O aluno que complete esta UC será capaz de:

- identificar situações de persuasão (e.g. publicidade, discurso político) e de influência social que ocorrem na sociedade e caracteriza-las nas suas componentes;
- desenvolver o pensamento crítico relativamente ao uso dos diferentes modelos teóricos como grelha de análise;
- analisar os principais fatores moderadores dos processos de mudança com vista a prevenir as suas consequências negativas e maximizar as positivas
- desenvolver de projetos de investigação, de investigação-ação, e intervenção para a mudança de atitudes e redigir relatórios técnicos.

EN

This UC conveys scientific knowledge about the process of changing attitudes, beliefs and / or behaviours by persuasion or other processes of social influence. Theoretical models and empirical studies are approached in the areas of study of persuasion and social influence, demonstrating how we are influenced by the simple presence of others and their individual and or group actions.

Students completing this course will be able to:

- identify situations of persuasion (e.g. publicity, political discourse) and social influence that occur in society and characterize them in their components;
- develop critical thinking regarding the use of different theoretical models as a grid of analysis;
- analyse the key moderating factors of change processes to prevent their negative consequences and maximize positive ones
- develop research, action research, and attitude change intervention projects and write technical reports

Conteúdos programáticos / Syllabus

PT

1. Processos sociais de mudança de atitudes, crenças e comportamentos: obediência, persuasão e influência social
2. Atitudes, crença e comportamento
3. A mudança por persuasão.
 - Modelo: com acento nas características da situação (escola de Yale); nos processos básicos (McGuire): na resposta cognitiva (Greenwald, 1968) e dualistas (ELM,HSM). Multiple role approach; Motivational approach; Self-validation approach
 - Processos psicológicos na persuasão (aprendizagem, julgamento, atribuição causal) e enfiamentos.

- As variáveis persuasivas: Características da Fonte, do Canal, da Mensagem e da Audiência
4. A mudança por influência social.
 - Origem dos processos de influência. A importância do contexto social
 - Influência social: Facilitação social, Social Loafing. Conformismo a normas de grupo.
 - Influência minoritária e inovação.
 5. A mudança por obediência: A norma de submissão à autoridade
 6. A mudança social e questões éticas.
 7. A investigação e intervenção na mudança social.

EN

1. Social processes of changing attitudes, beliefs and behaviors: obedience, persuasion and social influence
2. Attitudes, Belief and Behavior
3. Change by persuasion.
 - Model: emphasizing the characteristics of the situation (Yale school); in the basic processes (McGuire): in the cognitive (Greenwald, 1968) and dualistic (ELM, HSM) response. Multiple role approach; Motivational approach; Self-validation approach
 - Psychological processes in persuasion (learning, judgment, causal attribution) and biases.
 - Persuasive variables: Source, Channel, Message, and Audience Characteristics
4. Change by social influence.
 - Origin of influence processes. The importance of the social context
 - Social Influence: Social Facilitation, Social Loafing. Conformity to group norms.
 - Minority influence and innovation.
5. The change by obedience: The rule of submission to authority
6. Social change and ethical issues.
7. Research and intervention in social change.