

PLANIFICACIÓN DE CURSO

Segundo Semestre académico 2021 - Docencia Remota de Emergencia

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura: Individuo y Sociedad	Código: PSI1202
Semestre de la Carrera: II	
Carrera: Psicología	
Escuela: Ciencias Sociales	
Docente(s): Dr. Gonzalo Palomo Vélez	
Ayudante(s): Por definir	
Horario: Miércoles de 14:30 hrs. a 17:45 hrs.	

Créditos SCT:	5
Carga horaria semestral ¹ :	150 horas
Carga horaria semanal:	9 horas

Tiempo de trabajo sincrónico semanal:	3 horas
Tiempo de trabajo asincrónico semanal:	6 horas

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

El curso Individuo y Sociedad tiene por objetivo general dar una visión general sobre los conceptos y teorías estudiados por la psicología social. La psicología social se ocupa el estudio científico de los comportamientos, pensamientos y sentimientos en situaciones sociales. Explora conceptos tales como percepciones sociales, actitudes, persuasión, estereotipos y discriminación, agresión, influencia social y procesos conscientes e inconscientes, utilizando para ello métodos observacionales y experimentales.

III. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

- 1) Describir y comprender las principales teorías y conceptos estudiados por la psicología social (por ejemplo, actitudes).
- 2) Conectar la investigación en psicología social con acontecimientos actuales tanto en el ámbito global como nacional, así como también con situaciones comunes de la vida diaria (por ejemplo, discriminación a minorías).

¹ Considere que 1 crédito SCT equivale a 30 horas de trabajo total (presencial/sincrónico y autónomo/asincrónico) en el semestre.

- 3) Desarrollar hipótesis comprobables sobre fenómenos sociales utilizando teorías y conceptos estudiados por la psicología social.

IV. UNIDADES, CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

UNIDAD: <i>(REPLICAR TANTAS VECES COMO UNIDADES SE DISPONGAN EN EL CURSO)</i>				
Semana	Contenidos	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
		Tiempo sincrónico	Tiempo asincrónico (trabajo autónomo del o la estudiante; temas de los capítulos a leer por cada clase)	
1 (25 de agosto)	Presentación del curso - Plan de curso - Evaluaciones	Clase 1		
2 (1 de septiembre)	Que es psicología social?	Clase 2	Introducción a la psicología social Que es psicología social? Tópicos en psicología social	
3 (8 de septiembre)	Métodos de investigación en psicología social	Clase 3	Métodos de investigación (experimentales y no experimentales)	
4 (15 de septiembre)	Cognición social	Clase 4	Cognición social y pensamiento social	
5 (22 de septiembre)	Atribución social	Clase 5	Explicando la conducta de otros	
- (29 de septiembre)	Receso 1			
6 (6 de octubre)	Identidad social	Clase 6	El self y la identidad social	

7 (13 de octubre)	Prueba 1			Prueba 1 (Capítulos correspondientes a introducción a psicología social, métodos de investigación, cognición social, atribución social e identidad social)
8 (20 de octubre)	Actitudes	Clase 7	Actitudes (Formación y cambio)	
9 (27 de octubre)	Actitudes	Clase 8	Actitudes (Formación y cambio)	
10 (3 de noviembre)	Persuasión	Clase 9	Modelos de persuasión	
- (10 de noviembre)	Receso 2			
11 (17 de noviembre)		Supervisión por grupos		
12 (24 de noviembre)	Prueba 2			Prueba 2 (Capítulos correspondientes a actitudes y persuasión)
13 (1 diciembre)	Entrega y Exposición trabajo de aplicación	Grupos exponen, compañeros hacen preguntas		
14 (8 de diciembre)	Feriado			
- (Por definir)		Evaluaciones finales – Cierre de actas		

*Fechas y contenidos indicados en el cronograma pueden variar según disponga el Cronograma Oficial UOH y según el desarrollo del curso

V. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

La evaluación del curso se compondrá de:

- Prueba de conocimientos teóricos (selección múltiple y 1 o 2 preguntas de desarrollo)
 - Capítulos correspondientes a introducción a psicología social, métodos de investigación en psicología social, cognición social, atribución social e identidad social
 - 30% de la nota final

- Prueba de conocimientos teóricos (selección múltiple y 1 o 2 preguntas de desarrollo)
 - Capítulos correspondientes a actitudes, persuasión e influencia social
 - 30% de la nota final

- Trabajo de aplicación de contenidos teóricos a fenómeno social (grupos de 3 alumnos)
Uso de una teoría o constructo derivado de la psicología social para explicar un fenómeno social o comportamiento social a elección. El estudiante deberá fundamentar como el constructo seleccionado permite comprender el fenómeno utilizando para ello literatura científica relevante. Además, el estudiante deberá formular -en términos generales- un experimento o estudio que permita probar hipótesis derivadas de la aplicación del constructo en la comprensión del fenómeno. De esta forma, el trabajo final se compone de los siguientes elementos:
 1. Formulación del problema (e.g., fenómeno social o comportamiento y sus consecuencias)
 2. Revisión de literatura relevante (e.g., constructo o teoría derivada de la psicología social que permitiría comprender el fenómeno)
 3. Hipótesis (e.g., derivadas de revisión de la literatura)
 4. Metodología inicial (idea general de estudio que permitiría comprobar si acaso del constructo seleccionado permite explicar el fenómeno)
 - 30% de la nota final

- Exposición sobre trabajo de aplicación de contenidos teóricos a fenómeno social
 - 10% de la nota final

VI. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS OBLIGATORIOS

Hogg & Vaughan (2017). Social Psychology (8th Ed.). UK: Pearson.

Se utilizará el texto en su octava edición (versiones anteriores pueden ser algo diferentes).
Capítulos asignados para lectura en el cronograma y PDFs de las clases serán subidos a UCampus oportunamente.

VII. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS

Gergen, K. J. (1973). Social psychology as history. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26(2), 309-320.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497 - 529.

Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-178

Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 472-482.

Ellemers, N. (2013). Connecting the dots: Mobilizing theory to reveal the big picture in social psychology (and why we should do this). *European Journal of Social Psychology*, 43(1), 1-8.