

PROGRAMA DEL CURSO

1. Introducción a la influencia

- a. Comunicación, influencia, persuasión y contrainfluencia
- b. Componentes de la comunicación
- c. Influencia y contrainfluencia en inteligencia

2. Modelos de elaboración

- a. Modelo energético
- b. Modelo de probabilidad de elaboración
- c. Uso de la elaboración con fines persuasivos

3. Técnicas de persuasión I: Principios de Cialdini

- a. Reciprocidad
- b. Escasez
- c. Autoridad
- d. Consistencia
- e. Agradabilidad
- f. Consenso
- g. Uso práctico de los Principios de Cialdini

4. Técnicas de persuasión II: técnicas operativas

- a. Técnicas operativas aplicadas
- b. Uso práctico de técnicas operativas

5. El emisor persuasivo: características y componentes

- a. El atractivo social
- b. La credibilidad
- c. El poder
- d. Práctica de detección de indicadores persuasivos del emisor



- **Modalidad:** online
- **Calses** síncronas y grabadas
- **Duración:** 50 horas
- **Precio:** 300 euros

CONTACTO@FALCOINSIGHTS.COM

WWW.FALCOINSIGHTS.COM

CURSO EN INFLUENCIA Y PERSUASIÓN EN INTELIGENCIA



FALCO INSIGHTS

PROGRAMA DEL CURSO

- 1. Canal y contexto: elementos y variables que modulan la probabilidad de persuasión**
 - a. Canal
 - b. Contexto
 - c. Uso del canal y contexto con fines de influencia
- 2. El receptor: elementos y variables que modulan la probabilidad de persuasión**
 - a. Inteligencia y autoestima
 - b. Self-monitoring y embodiment
 - c. Necesidades cognitivas
 - d. Personalidad
 - e. Ejemplos prácticos
- 3. El mensaje: elementos y variables que modulan la probabilidad de persuasión**
 - a. Argumentación racional
 - b. Argumentación emocional
 - c. Adecuación al contexto
 - d. Práctica de detección de elementos persuasivos en el mensaje
- 4. Tailoring: adecuación de la comunicación persuasiva a la personalidad del receptor**
 - a. El modelo PEN de personalidad
 - b. Cruzando comunicación persuasiva y personalidad
 - c. Ejemplos prácticos
- 5. Contrainfluencia: análisis de amenazas y procedimientos**
- 6. Práctica final de análisis de influencia y persuasión**