

Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

В.Н.Шимов

«27» 06. 2014 г.

Регистрационный № УД 1595-14 /баз.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной
дисциплине для специальности 1-23 01 05 «Социология»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Бородкин В.И., доцент кафедры педагогики и психологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат психологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Хриптович В.А., доцент кафедры психологии и педагогического мастерства Государственного учреждения образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат психологических наук, доцент.

Сечко Н.Н., доцент кафедры экономической социологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

Кафедрой педагогики и психологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 9 от «21» 05 2014 г.)

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 5 от «18» 06 2014 г.)

Ответственный за редакцию: Бородкин В.И.

Ответственный за выпуск: Бородкин В.И.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Экономическая психология - это междисциплинарная наука, тесно связанная и с экономикой и с психологией. Однако подходы к изучению экономических проблем и поведения человека в этих науках значительно различаются. Экономическая теория в большей степени дедуктивна, абстрактна, зависима от математических выкладок при разработке экономических моделей. Психология же, не умаляя роль экономических факторов в экономическом поведении людей, обращает внимание на то, что часто их воздействие преломляется через психологию человека, и без учета психологических факторов невозможно объяснить и предсказать поведение людей в реальных экономических ситуациях. Поэтому на современном этапе развития общества дальнейший экономический прогресс невозможен без знания психологических механизмов, лежащих в основе экономического поведения.

Курс "Экономическая психология" предназначен для студентов очной формы обучения. Предполагается, что в ходе занятий студенты ознакомятся с основными стратегиями экономического поведения, будут иметь представление о важности учета в экономических преобразованиях национальной психологии, менталитета народа, психологических особенностей производителя и потребителя, получат сведения о психологических закономерностях и механизмах экономической политики, а также осознают необходимость развития своей внутренней психологической культуры.

Цель преподавания дисциплины - повышение уровня профессиональной компетентности будущих специалистов, их психосоциальной адаптивности и психологической культуры.

Задачи изучения дисциплины:

- приобретение знаний о психологической сущности, закономерностях и принципах экономической деятельности и экономической политики государства, социально-психологических механизмах мотивации экономического поведения людей;
- формирование у студентов навыков психологического понимания осуществляемых в республике экономических реформ, анализа социально-психологических факторов обеспечения стабильности экономической и политической власти;
- освоение студентами плюралистического, системного, творческого экономического мышления и адекватных требованиям времени форм экономического поведения.

В результате изучения курса "Экономическая психология" студенты должны знать:

- сущность и ключевые категории экономической психологии;
- основные психологические закономерности и механизмы экономической деятельности;
- направления и принципы практического применения психологических знаний и психодиагностических методик в профессиональной деятельности; уметь их характеризовать и использовать;
- национальные особенности психологии белорусского народа и рынка Беларуси;
- психические состояния и личностные особенности участников рыночного взаимодействия;
- психологические аспекты предпринимательской, управленческой, рекламной и т. д. деятельности, уметь анализировать изменения в структуре мотивации экономического поведения разных субъектов рынка в современных условиях;

- взаимосвязь объективных экономических законов и законов социально-психологических;
- особенности процесса делового взаимодействия, “болевые точки” профессионального общения;
- собственную стратегию экономического поведения и его последствия;
- условия и предпосылки проявления творческой индивидуальности в профессиональной экономической деятельности.

Приобрести навыки:

- развития и самосовершенствования коммуникативных и профессиональных качеств;
- самостоятельной творческой деятельности в области психологии рекламы, психологии финансового поведения, психологии корпоративной культуры;
- конструктивного делового и межличностного общения в условиях рыночной экономики;
- самопрезентации в деловом общении с учетом индивидуальных психологических различий.

Перечень дисциплин, усвоение которых необходимо для изучения данной дисциплины:

- Этика (в полном объеме);
- Основы психологии и педагогики (в полном объеме)
- Политология (раздел: "Социальные институты и социальное управление");
- Социология (разделы: "Социальное взаимодействие и социальная структура", "Социальные институты")

Всего часов 78, из них всего аудиторных 52 часа, в том числе лекции 28 часов, семинаров 24 часов, рекомендуемая форма контроля – экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование разделов и тем	Общее кол часов	В том числе	
		Лекционных	Семинарских
1. Экономическая психология как наука.	2	2	
2. Экономическое сознание и экономическое поведение	4	2	2
3. Психологические факторы эффективности экономической деятельности	2	2	
4. Человек в системе экономических отношений. Психология собственности	4	2	2
5. Психология человеческого капитала	4	2	2
6. Психологические особенности экономического рынка	4	2	2
7. Психология денег. Психологические аспекты финансового поведения.	4	2	2
8. Психология потребительского поведения.	4	2	2
9. Психологические аспекты предпринимательской деятельности.	4	2	2
10. Психология маркетинга	4	2	2
11. Психология менеджмента	4	2	2
12. Психология рекламы	4	2	2
13. Корпоративная культура и ее формирование	4	2	2
14. Формирование имиджа организации и продукта ее деятельности.	4	2	2
Итого:	52	28	24

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Экономическая психология как наука.

Предмет и объект экономической психологии. Предпосылки становления экономической психологии на постсоветском пространстве: кризис административной экономической системы, экономические реформы, необходимость преодоления проблем переходной экономики (безработицы, инфляции, неудовлетворенного спроса.)

Становление объекта и предмета экономической психологии. Содержание и основные формы проявления психологии в сфере производства, обмена, распределения и потребления. Формирование основных теорий экономической психологии. Эволюция экономико-психологических идей на Западе. Эволюция экономико-психологических идей в России и Белоруссии.

Взаимосвязь экономической психологии и экономической теории. Связь экономической психологии с социальной психологией, психологией управления, психологией труда, инженерной психологией и т.д. Прикладные аспекты экономической психологии.

Тема 2. Экономическое сознание и экономическое поведение

Психология экономического мышления: уровни, формы, способы и трудности преобразования. Социально-психологическая составляющая экономического сознания и проблемы ее модификации. Основные компоненты экономического сознания.

“Экономическое поведение” как базовая категория. Психологические факторы, определяющие особенности экономического поведения: мотивы цели, ценности, ожидания. Социально-психологические механизмы мотивации экономического поведения разных субъектов рыночных отношений. Рациональное и иррациональное, сознательное и бессознательное в экономическом поведении. Типы экономического поведения личности.

Тема 3. Психологические факторы эффективности экономической деятельности.

Отражение экономических процессов в сознании и мышлении их участников. Роль экономических представлений в процессе экономической деятельности. Социальные факторы экономической деятельности. Удовлетворенность трудом и социально-психологический климат в коллективе. Взаимосвязь психологии, экономической сферы жизнедеятельности общества и экономической науки.

Тема 4. Человек в системе экономических отношений. Психология собственности.

Различные парадигмы экономического развития общества и представления о человеке. Приспосабливающий и производящий типы экономик и особенности человека; доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный типы; прогрессизм и постмодернизм; инвайронментализм и модель человека.

Тема 5. Психология человеческого капитала.

Основные компоненты человеческого капитала. Воспроизводство человеческого капитала. Виды инвестиций в человеческий капитал: вложения в образование; вложения в подготовку на производстве; вложения в здоровье и здравоохранение; вложения в миграционные процессы; затраты на поиск информации о ценах и заработках; Вложение финансовых средств и ресурсов как стадия формирования человеческого капитала, предшествующая стадии производства человеческого капитала. Инвестирование в качестве всех видов деятельности, способствующих накоплению человеческого капитала. Специфические черты инвестиций в человеческий капитал.

Тема 6. Психологические особенности экономического рынка.

Национальные рынки: общее и особенное. Общецивилизационные и специфические законы рынка и их применение в переходный период. Атрибутивные свойства рынка Беларуси.

Проблема “белорусской народной психологии” и ее проявление в экономике. Историко-культурный фактор феноменологии белорусского рынка. Модусы поведения русского и белорусского народа (по работам Н.Бердяева, Н.Ключевского, Н.Лосского, А.Лосева, Д.Лихачева и др.). Психологические факторы рыночных цен. Роль информации в динамике рыночных цен. Психологические аспекты функционирования финансовых, товарных ранков и рынков труда. Роль социально-психологической информации и ее носителей в формировании положительного имиджа рынка в массовом сознании белорусского народа.

Тема 7. Психология денег. Психологические аспекты финансового поведения.

Восприятие ценности денег. Социокультурные особенности отношения к деньгам. Психология доходов и сберегающего поведения. Архетипические особенности восприятия богатства и богатых в культуре белорусского народа. Закономерности поведения субъектов рынка в условиях инфляции и экономических кризисов. “Денежные” типы личности (Н. Форман, Х.Голберг, Р. Левис). Формирование культуры финансового

Тема 8. Психология потребительского поведения.

Принятие решения о покупке. Факторы, детерминирующие особенности потребительского поведения: культура и субкультура, социальные статусы и роли, референтные группы, особенности когнитивной и мотивационной сферы. Основные типы покупателей. Имидж товара и формирование потребительского поведения. Психологические аспекты эластичности спроса. Эволюция содержания потребительского поведения.

Тема 9. Психологические аспекты предпринимательской деятельности.

Предпринимательство как поведение. Традиции предпринимательства в России и Беларуси и их особенности. Живучесть воровства, взяточничества, мошенничества в экономической истории и их истоки. Структура предпринимательской деятельности: Мотивы, потребности и установки в предпринимательской деятельности. Образ предпринимателя в отечественной литературе и современном общественном мнении. Психологический портрет современного предпринимателя: плюсы и минусы. Социально-психологическая типология отечественных предпринимателей.

Тема 10. Психология маркетинга.

Маркетинг как работа с рынком ради осуществления обменов, цель которых — удовлетворение человеческих нужд и потребностей. Маркетинг как человеческая деятельность, так или иначе имеющая отношение к рынку. Маркетинг как работа с рынком ради осуществления обменов, цель которых — удовлетворение человеческих нужд и потребностей. Таким образом, мы возвращаемся к нашему определению маркетинга как вида человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. **Рынок продавца** — это такой рынок, на котором продавцы имеют больше власти и где наиболее активными «деятелями рынка» приходится быть покупателям. **Рынок покупателя** — это такой рынок, на котором больше власти имеют покупатели и где наиболее активными «деятелями рынка» приходится быть продавцам.

Тема 11. Психология менеджмента

Понятие управления. История теорий управления. Субъекты управления: лидер и руководитель. Психологические теории лидерства. Основные этапы процесса управления. Психологические механизмы управления. Понятие “команды” и специфика организационного поведения. Отбор и мотивация персонала, управление конфликтами. Стили руководства на разных этапах развития коллектива. Формирование актива группы. Управление межличностными отношениями в коллективе. Проблема кризиса цели в коллективе. Основы коммуникативной компетентности руководителя. Формы группового принятия решений и управление ими: “мозговой штурм”, дискуссия, переговоры.

Тема 12. Психология рекламы.

Основные психологические школы рекламы. Психологические факторы эффективности рекламы. Роль рекламы в экономической деятельности. Реклама как объект психологического исследования. Изучение эффективности рекламных кампаний и моделирование процессов рекламного воздействия. Речевые стратегии в рекламе. Особенности восприятия рекламного сообщения потребителем. Психологическое манипулирование потребителем в условиях личных продаж. Цвет и форма в рекламе.

Тема 13. Корпоративная культура и ее формирование.

Понятие корпоративной культуры и ее компонентов. Типы организационной культуры (Д.Коул): бюрократическая, органическая, предпринимательская и культура “участия команды”. Модель и основные проблемы формирования организационной культуры. Нормативное значение в корпоративной культуре девизов и лозунгов, значимых ориентиров и установок корпорации. Роль структуры коллектива и уровень производственной дисциплины. Роль корпоративной культуры в адаптации новых сотрудников. Корпоративная культура и проблема кризиса цели в коллективе.

Тема 14. Формирование имиджа организации и продукта ее деятельности.

Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния. Создание имиджа как способ преодоления когнитивного диссонанса. Категоризация и восприятие имиджа. Индивидуальный имидж. Особенности индивидуального имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение. Имидж, ориентированный на восприятие. Групповой, корпоративный и предметный имидж. Имидж и его слагаемые. Принципы создания имиджа. Воздействие имиджа и самопрезентация. Сравнительная самопрезентация и самореклама: от древности до наших дней. Социально-психологическая природа имиджа. Символическая природа имиджа: применимость семиотического подхода. Имидж в контексте символической коммуникации: применимость интеракционистского подхода.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Андреева, Г.А. Экономическая психология / Г.А.Андреева. - М., 2000. – 341 с.
2. Бункина, М.К. Экономика и психология. На перекрестке наук / М.К.Бункина, В.А.Семснов. - М. 1998. – 256 с.
3. Дейнека, О.С. Экономическая психология / О.С.Дейнека. - СПб., 1999. - 235 с.
- 4.. Китов, А.И. Введение в экономическую психологию / А.И.Китов. - М., 1993. – 283 с.
5. Экономическая психология /Под ред. И.В. Андреевой - СПб., 2000. – 326 с.

Дополнительная:

1. Автономов, В. С. Модель человека в экономической науке / В.С.Автономов. - СПб, 1998. – 134 с.
2. Ермолаева, Е.П. Экономическая психология предпринимательской деятельности / Е.П.Ермолаева, А.Г. Ермаков, В.В.Спасенников. - М., 1999. - 185 с.
3. Журавлев, А.Л. Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России. /А.Л. Журавлев, В.П.Позняков // Психологический журнал Т. 14.1993 г., № 6. с. 23-34.
4. Лебедев, А Н. Экспериментальная психология в российской рекламе / А.Н.Лебедев, А.К.Боковиков. - М., 1995. – 123 с.
5. Линчевский Э.Э. Социальная психология торговли / Э.Э. Линчевский. - М.: Экономика, 1981. – 156 с.
6. Лунт, П. Психологические подходы к потреблению: вчера, сегодня, завтра/ П.Лунт // Иностранная психология. 1997 г., №9, с. 8-16.
7. Малахов, С.В, Основы экономической психологии / С.В.Малахов. - М., 1992. –225 с.
8. Основы экономической психологии // Под ред. В.М. Соколинского - М., 1999. – 358 с.
9. Позняков, В.Л. Психологические отношения и деловая активность субъектов экономической деятельности в условиях разных форм собственности / В.Л.Позняков // Психологический журнал Т.21., 2000 г., № 6, с. 38-50.
- 10.Позняков, В.Л. Психологические отношения субъектов экономической деятельности / В.Л.Позняков . М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2000. – 309 с.
- 11.Позняков, В.П. Экономическая психология. // Современная психология. / Под ред. В.Н. Дружинина - М: Инфра-М, 1999. с. 566-571.
12. Соколинский, В.М. Психологические основы экономики / В.М.Соколинский - М., 1999. – 237 с.