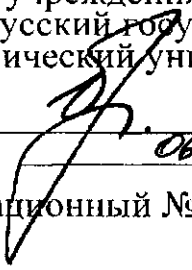


Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
«27» 06. В.Н. Шимов 2014г.

Регистрационный №УД 1540-14 / баз

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ**

Учебная программа для магистрантов по специальности

1-25 81 02 «Экономика»

2014

## **СОСТАВИТЕЛЬ:**

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

## **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Шалик Э.В., кандидат физико-математических наук, заведующая кафедрой дополнительного педагогического образования института повышения квалификации и переподготовки Белорусского государственного педагогического университета им. М. Танка.

М.В. Зубко, доцент кафедры философии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат философских 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: В.И. Бородкин.

Ответственный за выпуск: В.И. Бородкин.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Экономическая и организационная 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 и организационная психология" предназначен для магистрантов по специальности психология. Предполагается, что в ходе занятий они 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 по дисциплине 50, из них всего часов аудиторных 50, в том числе 34 часа лекций, 16 часов семинаров.

Рекомендуемая форма контроля – экзамен.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование разделов и тем	Общее кол часов	В том числе	
		Лекционных	Семинарских
<b>Раздел 1. Экономическая психология</b>			
1. Экономическая психология как наука.	2	2	
2. История становления экономической психологии как самостоятельной отрасли научного знания.	4	2	2
3. Человек в системе экономических отношений.	4	4	
4. Психологические факторы эффективности экономической деятельности	2	2	
5. Психология денег. Психологические аспекты финансового поведения.	2	2	
6. Психологические аспекты предпринимательской деятельности	4	2	2
7. Модели потребительского поведения.	4	2	2
8. Психология человеческого капитала	4	2	2
9. Психология маркетинга	2	2	
10. Психология рекламы и имиджа	6	4	2
<b>Раздел 2. Организационная психология</b>			
11. Корпоративная культура и ее формирование	4	2	2
12. Психология лидерства и руководства	2	2	2
13. Психология власти	2	2	
14. Этапы развития коллектива	4	2	2
15. Психология управления коллективом	2	2	
<b>Итого:</b>	<b>50</b>	<b>34</b>	<b>16</b>

# 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.)

## **Тема 2. История становления экономической психологии как самостоятельной отрасли научного знания.**

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.

## **Тема 3. Человек в системе экономических отношений.**

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

## **Тема 4. Психологические факторы эффективности экономической деятельности.**

Отражение экономических процессов в сознании и мышлении их участников. Роль экономических предельлений в процессе экономической деятельности. Взаимосвязь психологии, экономической сферы жизнедеятельности общества и экономической науки.

## **Тема 5. Психология денег. Психологические аспекты финансового поведения.**

Восприятие ценности денег, социокультурные особенности отношения к деньгам. Психология доходов и сберегательно-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).

## **Тема 6. Психологические аспекты предпринимательской деятельности.**

Предпринимательство как поведение. Традиции предпринимательства в России и Беларуси и их особенности. Жизучесть 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 7. Модели 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. Психологические аспекты эластичности спроса. Эволюция содержания потребительского поведения.

## **Тема 8. Психология человеческого капитала.**

Человеческий капитал как мера воплощенной в человеке способности приносить доход. Человеческий капитал включает врожденные способности и талант, а также образование и приобретенную квалификацию.

Расширительная трактовка человеческого капитала связана не только с производительными способностями и инвестициями, формирующими эти способности, но и с социальными, психологическими, моральными, этическими, культурными свойствами и способностями людей.

## **Тема 9. Психология маркетинга.**

Понятие маркетинга. Основные цели маркетинга. Функциональная структура в современных организациях и место маркетинга в современных бизнес системах. Способы построения взаимодействия организации и клиентов. Технологии разработки организационных стратегий. Проектирование маркетинговых стратегий и современные психологические технологии организационной работы. Организационная структура и разработка маркетинговых стратегий.

## **Тема 10. Психология рекламы и имиджа.**

Основные психологические школы 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. Имидж и его составляющие. Формы создания имиджа. Воздействие имиджа и самопрезентация. Сравнительная самопрезентация и самореклама: от древности до наших дней. Социально-психологические аспекты создания имиджа.

## **Тема 11. Корпоративная культура и ее формирование.**

Понятие корпоративной культуры и ее компонентов. Этапы формирования корпоративной культуры. 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 элементов и установок корпорации.

## **Тема 12. Психология лидерства и руководства**

Понятие лидерства и основание теории лидерства. Основные теории лидерства. Лидерство и руководство: основные функции руководителя. Структура стиля лидерства. Руководство и психологический климат в коллективе. Личностные качества лидера. Структура компетентности руководителя. Лидерство и виды влияния в группе. Руководство коллек-

тивом на разных этапах его развития. Руководство  
ных ситуациях.

### **Тема 13. Психология власти.**

Рассмотрение власти в качестве межперсонального взаимодействия индивида с окружением. Сущность власти заключена в самом индивиде и заложена в самой природе человека. Власть как исключительно человеческий феномен, который не существует без своего носителя и определяется способностью вызывать изменения в своем окружении так, чтобы получить желаемый эффект. Мотив власти как предрасположенность к достижению определенного рода целей. Понимание власти как межперсональной конструкции.

### **Тема 14. Этапы развития коллектива**

Коллектив как вид малой группы. Общественная значимость цели деятельности коллектива. Особенности коллектива на начальном этапе развития. Формирование актива. Взаимодействие актива с руководством. Формирование общих установок и ценностных ориентаций в коллективе. Соотношение деловых и эмоционально-личностных отношений в коллективе. Понятие сплоченности коллектива. Кризис цели в коллективе. Проблема самоуправления в коллективе.

### **15. Психология управления коллективом**

Понятие «управление». Системы управления. Понятие руководства. Понятие трудового коллектива. Структура трудового коллектива. Социально-психологическая характеристика коллектива. Формирование коллектива. Подходы к управлению персоналом. Характеристика основных стратегий управления. Понятие мотивации. Первоначальные концепции мотивации. Современные теории мотивации. Влияние через участие. Влияние через власть. Влияние путем убеждения. Влияние путем сотрудничества.



## 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.Семенов. - М., 1993. – 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. Л.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.Н. Экономическая психология предпринимательской деятельности / Е.П.Ермолаева, А.Г. Ермаков, В.В.Синявников. - М., 1999. - 185 с.
3. Журавлев, А.Л. Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России. /А.Л. Журавлев, В.Л.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 аспекты цели и деловая активность субъектов экономической деятельности в условиях разных форм собственности / В.Л.Позняков // Психологический журнал Т.14. 2006 г., № 3, с. 53-56.
- 10.Позняков, В.Л. Психологические отношения субъектов экономической деятельности / В.Л.Позняков. М.: Изд-во психологической школы РАН, 2000. – 309 с.
- 11.Позняков, В.Л. Экономическая психология. // Современная психология. / Под ред. В.Н. Дружинина - М: Инфра-М, 1999, с. 556-571.
12. Соколинский, В.М. Психология деловых основ экономики / В.М.Соколинский - М., 1999.