

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

ГУМАНИТАРНО-ПРАВОВОЙ ФАКУЛЬТЕТ

наименование факультета

кафедра общеправовых и гуманитарных дисциплин

наименование кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой



В.Н. Плаксин

20. 03. 2017г.

Фонд оценочных средств

по дисциплине Б1.В.ДВ.2.2 «Экономическая психология»
для направления 38.03.01 Экономика профили подготовки

Финансы и кредит, Налоги и налогообложение, Бухгалтерский учет, анализ и аудит,

Мировая экономика

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения учебной дисциплины «Экономическая психология»

Индекс	Формулировка	Разделы дисциплины					
		1	2	3	4	5	6
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+		+	+		+
ОК-7	способностью самоорганизации и самообразованию	+	+		+	+	
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность		+	+	+		+

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины

Виды оценок	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале (зачет)	не зачтено	зачтено

2.2 Текущий контроль

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ Задания		
						Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ОК-5	знать: основные направления развития современной отечественной и зарубежной психологии личности как основы формирования целостного представления о психологических особенностях человека и социальных групп	1, 3, 4, 6	основные направления развития современной отечественной и зарубежной психологии личности как основы формирования целостного представления о психологических особенностях человека и социальных групп	Лекция, семинар, самостоятельная работа,	доклад тестирование практические задачи п.3.3	доклад 1-7 тест А практические задачи п.3.3	доклад 1-7 тест А. практические задачи п.3.3	доклад 1-7 тест А практические задачи п.3.3
	уметь: применять психологические знания в деятельности и поведении							
	иметь навыки деятельности: в использовании методов формирования и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе							
ОК-7	знать: индивидуально-психологические особенности личности	1, 2, 4, 5	индивидуально-психологические особенности личности	Лекция, семинар, самостоятельная работа	тестирование, доклад практические задачи п.3.3	Доклад 8-15 тест А практические задачи п.3.3	Доклад 8-15 тест А практические задачи п.3.3	Доклад 8-15 тест А практические задачи п.3.3
	уметь: интерпретировать собственное психическое состояние							
	иметь навыки деятельности: в применении простейших приемов психической саморегуляции, саморазвития и самовоспитания личности							

ОПК-4	знать: методологические и теоретические основы науки, психологическую терминологию	2, 3, 4, 6	методологическое и теоретические основы науки, психологическую терминологию	Лекция, семинар, самостоятельная работа	доклад тестирование практические задачи п.3.3	доклад 16-22 тест А практические задачи п.3.3	доклад 16-22 тест А. практические задачи п.3.3	доклад 16-22 тест А практические задачи п.3.3
	уметь: воспринимать, обобщать, анализировать информацию, ставить цели							
	иметь навыки деятельности: в использовании технологий регуляции собственной деятельности и психологических состояний личности, а также методов психологического исследования личностных феноменов							

2.3 Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ Задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ОК-5	знать: основные направления развития современной отечественной и зарубежной психологии личности как основы формирования целостного представления о психологических особенностях человека и социальных групп	Семинар, самостоятельная работа	Зачет практические задачи п.3.3	Тесты Б мод.1, 3, 4, 6 практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 1, 3, 4, 6 практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 1, 3, 4, 6 практические задачи п.3.3
	уметь: применять психологические знания в деятельности и поведении					
	иметь навыки деятельности: в использовании методов формирования и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе					
ОК-7	знать: индивидуально-психологические особенности личности	Семинар, самостоятельная работа	Зачет практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 1, 2, 4, 5 практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 1, 2, 4, 5 практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 1, 2, 4, 5 практические задачи п.3.3
	уметь: интерпретировать собственное психическое состояние					
	иметь навыки деятельности: в применении простейших приемов психической саморегуляции, саморазвития и самовоспитания личности					
ОПК-4	знать: методологические и теоретические основы науки, психологическую терминологию	Семинар, самостоятельная работа	Зачет практические задачи п.3.3	Тесты Б мод.2, 3, 4, 6 практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 2, 3, 4, 6 практические задачи п.3.3	Тесты Б. мод. 2, 3, 4, 6 практические задачи п.3.3
	уметь: воспринимать, обобщать, анализировать информацию, ставить цели					
	иметь навыки деятельности: в использовании технологий регуляции собственной деятельности и психологических состояний личности, а также методов психологического исследования личностных феноменов					

2.4. Критерии постановки зачета

«Зачтено» по дисциплине «Экономическая психология» выставляется по итогам проведенного текущего контроля и при выполнении заданий всех практических и лекционных занятий, рефератов и самостоятельной работы студентов. Решающим фактором при выставлении зачета является успешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

«Не зачтено» по дисциплине «Экономическая психология» выставляется, если студент не выполняет задания практических и лекционных занятий, а также текущего контроля и самостоятельной работы. Решающим фактором при выставлении оценки «не зачтено» является безуспешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

2.5. Критерии оценки на экзамене – не предусмотрены

2.6 Критерии оценки тестов

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированной компетенции
Пороговый (удовлетворительно)	Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.	Не менее 55 % баллов за задания теста.
Продвинутый (хорошо)	Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.	Не менее 75 % баллов за задания теста.
Высокий (отлично)	Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.	Не менее 90 % баллов за задания теста.
Компетенция не сформирована		Менее 55 % баллов за задания теста.

2.7 Критерии оценки коллоквиума – не предусмотрены

2.8 Критерии оценки доклада

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	<ul style="list-style-type: none">- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;- делает выводы и обобщения;- свободно владеет научными понятиями
Хорошо	<ul style="list-style-type: none">- студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;- не допускает существенных неточностей;- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;- аргументирует научные положения;- делает выводы и обобщения;

Удовлетворительно	<p>тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении психологических знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений;
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет понятийным аппаратом

2.9 .11 Критерии оценки практической (ситуационной) задачи

Практические (ситуационные) задачи (задания) – задания, выполняемые студентами по результатам пройденной теории. Ситуационное задание включает в себя не просто ответ на вопрос, а описание (письменное или устное) осмысленного отношения к полученной теории, т.е. рефлексия, либо применение данных теоретических знаний на практике (например, после теоретического занятия).

Критерии оценки решения практической (ситуационной) задачи

Оценка «отлично»:

- комплексная оценка предложенной ситуации; знание теоретического материала с учетом междисциплинарных связей; полные ответы на все вопросы к задаче;

Оценка «хорошо»:

- комплексная оценка предложенной ситуации, незначительные затруднения при ответе на теоретические вопросы; неполные ответы на все вопросы к задаче, неполное раскрытие междисциплинарных связей;

Оценка «удовлетворительно»:

- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации; неполные ответы на вопросы к задаче, требующие наводящих вопросов педагога; ответы даны только на 50% вопросов к задаче;

Оценка «неудовлетворительно»:

- неверная оценка ситуации; неправильные ответы на вопросы к задаче; ответы на вопросы к задаче не даны.

2.10 Допуск к сдаче зачета

- 1.Посещение лекций и практических занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. Выполнение внеаудиторных заданий.
3. Активное участие в работе на семинарах.
4. Подготовка доклада.

3. Контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения учебной дисциплины «Экономическая психология»

3.1 Вопросы к зачету

1. История возникновения и развития экономической психологии как самостоятельно и отрасли психологического знания.
2. Предмет, объект и основные направления исследований экономической психологии.
3. Представления населения о качестве жизни и уровне экономического благосостояния.
4. Проблема богатства и бедности.
5. Особенности отношения к деньгам у различных социальных групп.
6. Влияние денег на отношения между людьми и странами.
7. Влияние денег на формирование личности, денежные типы личности.
8. Каковы половые различия, проявляющиеся в отношении к деньгам?
9. Психологические предпосылки развития предпринимательства.
10. Психологические портреты предпринимателя и менеджера.
11. Психология экономической жизни, основанная на этике православия.
12. Психология экономической жизни, основанная на протестантской этике.
13. Советская экономическая культура.
14. Рынок как объект социально-психологического анализа. Психология спроса и предложения.
15. Психология денег и денежного обращения.
16. Психологические механизмы и методы рекламного воздействия на потребителей.
17. Экономико-психологические проблемы налоговой политики и налогообложения.
18. Психология доходов и сбережений.
19. Психология собственности.
20. Психология инвестиционной деятельности.
21. Экономическая социализация личности
22. Экономическое поведение в семье.
23. Экономическое поведение на рынке труда.
24. Социокультурные особенности западного рынка труда.
25. Социокультурные особенности восточного рынка труда.
26. Функции, мотивы и ценности предпринимательства как специфического вида социальной активности.
27. Основные направления исследования психологии предпринимательства. Психология безопасности предпринимательской деятельности.

3.2 Вопросы к экзамену – не предусмотрены

3.3 Тестовые задания

А. Тестовые задания для проведения текущего контроля знаний студентов

1. Среди психологов проблемы экономической психологии первым начал изучать:
а) французский психолог Г. Тард;

- б) немецкий психолог Г. Мюнстерберг;
- в) американский психолог Дж. Катона.

2. Экономическая психология – это наука изучающая:

- а) многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности;
- б) психологические закономерности экономического поведения и взаимодействия между людьми, как субъектами экономических отношений;
- в) согласование партнерами целей общения, используемых средств достижения целей, координацию используемых каждым из них стратегий.

3. Объектом экономической психологии выступают:

- а) государства, большие социальные группы;
- б) экономическая политика, экономическое благосостояние страны;
- в) индивиды, большие и малые группы.

4. Предметом экономической психологии является:

- а) психологические закономерности отражения хозяйственных отношений;
- б) психологические закономерности экономического поведения человека;
- в) психологические закономерности, связанные с производством, распределением, обменом и потреблением товаров и услуг.

5. В качестве методов исследования в экономической психологии выделяют:

- а) интервью и беседы;
- б) тесты и изометрию;
- в) лабораторные эксперименты и полевые исследования.

6. Основными методологическими принципами в экономической психологии выступают:

- а) историко-генетический и гуманитарно-личностный;
- б) культурно-исторический и природосообразный;
- в) историко-гуманитарный и генетически-личностный.

7. Экономическое поведение – это поведение:

- а) вызванное экономическим мышлением;
- б) вызванное экономическим потреблением;
- в) вызванное экономическими стимулами, и деятельность хозяйствующего субъекта.

8. Компонентами экономического поведения являются:

- а) когнитивные, аффективные, конативные;
- б) эмоциональные, волевые, интеллектуальные;
- в) познавательные, эмоциональные, деятельностные.

9. К когнитивным факторам экономического поведения относят:

- а) субъективное отношение, окрашенное чувствами;
- б) восприятие, осмысление, понимание ситуации и себя в ней;
- в) действие или, наоборот, его сдерживание.

10. К аффективным факторам экономического поведения относят:

- а) субъективное отношение, окрашенное чувствами;
- б) восприятие, осмысление, понимание ситуации и себя в ней;

в) действие или, наоборот, его сдерживание.

11. К конативным факторам экономического поведения относят:

- а) действие или, наоборот, его сдерживание;
- б) восприятие, осмысление, понимание ситуации и себя в ней;
- в) субъективное отношение, окрашенное чувствами.

12. Бедность – это:

- а) экономическая и социальная зависимость;
- б) неспособность поддерживать минимальный уровень жизни;
- в) отчуждение и политическая пассивность.

13. Выделяют три группы причин бедности:

- а) духовные, материальные, социокультурные;
- б) временная, пространственная, энергетическая;
- в) индивидуалистические, структуральные, фаталистические.

14. Личностные характеристики бедных:

- а) личностные, структурные, фаталистические, демографические;
- б) временные, пространственные, энергетические, информационные;
- в) духовные, материальные, социокультурные, экологические.

15. Главным критерием неравенства является:

- а) власть, престиж;
- б) привилегии, контроль ресурсов;
- в) богатство, деньги.

16. Авторы, занимающие крайние позиции о месте потребителя в рыночной экономике:

- а) Веблен и Найт;
- б) Тард и Катона;
- в) Бетман и Бодрийяр.

17. Выделяют формы власти рынка над человеком:

- а) открытое отрицание, специализация, сужение выбора;
- б) дестимуляция, осуществление долговременных отношений, выработка новых принципов;
- в) навязанные потребности, ускоренное потребление, опережающее потребление.

18. Типичные эффекты потребительского поведения:

- а) присоединения, сноба, Веблена;
- б) безопасность, привязанность, комфорт;
- в) гордость, новизна, экономика.

19. Модели избирательного поведения потребителя:

- а) Ронена, Веблена, Верхана;
- б) Андриасена, Никосиа, Бетмана;
- в) Гинса, Шумпетера, Кирцнера.

20. Классификации факторов потребительского выбора (Ж.Ф. Кролару):

- а) безопасность, привязанность, комфорт, гордость, новизна;

- б) дестимуляция, осуществление долговременных отношений, выработка новых принципов;
- в) навязанные потребности, ускоренное потребление, опережающее потребление.

21. Деньги – это:

- а) всеобщий эквивалент всех товаров;
- б) мерило всех экономических отношений;
- в) мера стоимости товара.

22. Психология денег – это раздел экономической психологии изучающий:

- а) личностные особенности индивидов и социокультурные особенности различных сообществ при изменениях в денежной сфере;
- б) изменение психики и поведения людей под воздействием денег;
- в) индивидуальные и групповые различия поведения индивидов, проявляющиеся при столкновении с деньгами.

23. В отношении к заработку люди делятся на три группы: а) физического, интеллектуального и духовного труда;

- б) бизнесмены, банкиры, менеджеры;
- в) люди наемного труда, представители свободных профессий, частные предприниматели.

24. Сверхвыбор – это:

- а) уменьшение стоимости предоставляемых разновидностей товаров по мере того, как технология становится более сложной;
- б) позиция, в соответствии с которой преимущества разнообразия и индивидуализации перечеркиваются сложностью процесса принятия решения покупателем;
- в) покупательная способность потребителей, имеющих достаточное количество денег, чтобы расточать их на свои специализированные потребности.

25. Английский экономист Р. Линн обнаружил, что чем больше экономический рост:

- а) тем больше доход;
- б) тем больше производства товара;
- в) тем больше ценность денег.

26. Социокультурные особенности отношения к деньгам проявляются в:

- а) структуре трат, в сбережении денег, в проблемах уравнительного распределения;
- б) накоплении, инвестициях, отдыхе;
- в) материальном неравенстве, соотношении зарплат, доходе.

27. Факторы влияния на отношение к деньгам и денежное поведение:

- а) самооценка, социальная смелость, тревожность;
- б) воля, мотивы, интересы, потребности;
- в) пол, возраст, социальное окружение, экономический статус, личностные особенности.

28. Психологические предпосылки предпринимательства:

- а) политика государства, культура общества, склонности и способности людей к предпринимательству;
- б) мобильность, экономичность и динамичность деятельности;

в) стремление бороться и побеждать, потребность в самореализации и общественном признании, выраженность мотива достижения успеха.

29. Наиболее цельная концепция предпринимательства принадлежит:

- а) Шваргонеру;
- б) Шумпетеру;
- в) Шмельдерсу.

30. Качества предпринимателя объединены в три блока:

- а) интеллектуальный, коммуникативный, мотивационно-волевой;
- б) кросс-культурный, социо-культурный, социально-психологический;
- в) экономический, психологический, социальный.

Б. Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации студентов

Модуль 1. Экономическая психология как наука.

1. Объектом экономической психологии является

- А) Хозяйствующий субъект, представленный на микро, мезо, и макроэкономическом уровнях
- Б) Поведение людей в экономических условиях
- В) Психика людей в экономических условиях

2. Предметом экономической психологии является изучение

- А) Закономерностей психического отражения хозяйственных отношений
- Б) Экономического поведения людей в экономических условиях
- В) Психики людей в экономических условиях

3. Экономическая психология использует методы исследований

- А) Социальной психологии
- Б) Экономики
- В) Социологии
- Г) Все варианты верны

4. Теория рационального «экономического человека» оформилась в трудах

- А) А.Смита
- Б) А.Маршалла
- В) Дж. Кейнса
- Г) Все варианты верны

5. Определяющей чертой концепции «экономического человека» является

- А) Экономический эгоизм
- Б) Экономический альтруизм
- В) Экономическое сотрудничество

6. Как самостоятельная отрасль психологического знания экономическая психология начала формироваться

- А) В начале XX века
- Б) В середине XX века
- В) В 90-х годах XX века

7. Развитие экономической отрасли психологического знания связывают с именем

- А) Г. Мюнстерберга

- Б) Г. Тарда
- В) Дж. Катоны

8. Развитие производственной ветви экономической психологии принадлежит

- А) Г. Мюнстербергу
- Б) Г. Тарду
- В) Дж. Катоне

9. Создание маркетинговой ветви экономической психологии связывают с именем

- А) Г. Мюнстерберга
- Б) Г. Тарда
- В) Дж. Катоны

10. Д. Канеман и А. Тверски являются авторами

- А) Теории перспектив
- Б) Теории игр
- В) Все ответы верны

11. Создание теории перспектив было обусловлено необходимостью объяснения

- А) Иррациональных человеческих выборов
- Б) Рациональных человеческих выборов
- В) Все варианты верны

12. Экономическая психология включает в себя следующие разделы исследований

- А) Бизнес, рынок, отношения «общество-гражданин»
- Б) Бизнес, рынок, отношения «человек-человек»
- В) Рынок, бизнес, отношения «государство-предприниматель»

Модуль 2. Психологические аспекты макроэкономики.

1. В кейнсианской модели общего экономического равновесия

- а) всегда существует неполная занятость;
- б) увеличение предложения денег всегда сопровождается увеличением реального НД;
- в) в состоянии общего равновесия сумма инвестиций, государственных расходов и экспорта всегда равна сумме сбережений, налогов и импорта;
- г) кривая совокупного спроса всегда имеет отрицательный наклон.

2. Если совокупный спрос превышает совокупное предложение, то для достижения равновесия необходимо:

- а) изменить объем производства; б) повысить цены;
- в) расширить выпуск продукции; г) все ответы неверны.

3. Модель общего макроэкономического равновесия раскрывает

- а) причины колебаний экономической активности;
- б) условия достижения равновесия на отдельных рынках;
- в) условия достижения равновесия на всех национальных рынках;
- г) условия устойчивого равновесного роста экономики.

4. Что следует отнести к макроэкономическим причинам «левостороннего» смещения кривой совокупного спроса в России в годы современных экономических реформ?

- а) падение объема производства; б) конверсия производства;

- в) падение жизненного уровня населения;
- г) кардинальное сокращение инвестиций в производство.

5. Промежуточный отрезок на кривой совокупного предложения
- а) имеет положительный наклон; б) имеет отрицательный наклон;
 - в) является вертикальной линией;
 - г) является горизонтальной линией.

6. Если домохозяйства из каждого получаемого дополнительно рубля сберегают 10 копеек, то мультипликатор составляет
- а) 4; б) 5; в) 9; г) 10.

7. Если совокупное предложение превышает совокупный спрос и предприниматели снижают цены, то национальный доход
- а) будет расти; б) будет падать; в) не изменится;
 - г) будет расти или падать в зависимости от эластичности спроса.

8. Кейнсианская модель предполагает
- а) вертикальную AS на уровне потенциального ВВП;
 - б) горизонтальную кривую AS на некотором уровне цен, соответствующем уровню ВВП ниже потенциального;
 - в) кривую AS с небольшим положительным наклоном, отражающую воздействие процентных ставок;
 - г) ничего из перечисленного.

Модуль 3. Личность в экономике.

1. Отношение к труду как долгу личности перед обществом ...
- А. Определяется нормами протестантской трудовой этики
 - Б. Норма трудовой этики советского периода
 - В. Характерно для отношения к труду в средневековой Европе

2. Какой феномен не изучается современной экономической психологией
- А. Самозанятость
 - Б. Трудоголизм
 - В. Тунеядство

3. Новой формой занятости в настоящее время является
- А. Неполная занятость
 - Б. Фриланс
 - В. Неформальная занятость

4. Вид занятости, при котором работник не имеет работодателя
- А. Случайная занятость
 - Б. Самозанятость
 - В. Временная занятость

5. Безработица это ...
- А. Невозможность трудоспособных членов общества найти работу
 - Б. Нежелание трудоспособных членов общества работать
 - В. Недостаток трудоспособного населения в обществе

6. Вид безработицы, при котором человек считает неприемлемыми доступные виды работы

- А. Циклическая
- Б. Латентная
- В. Добровольная

7. Пронумеруйте в хронологическом порядке стадии психоэмоционального состояния безработного

- А. Пессимизм
- Б. Фатализм
- В. Шок
- Г. Оптимизм

8. Какая группа наиболее психологически готова к смене профессии

- А. Молодые специалисты
- Б. Люди предпенсионного возраста
- В. Работники, ранее уже менявшие профессию

9. Основным элементом стратегии совладания с ситуацией безработицы «Целенаправленное использование ресурсов своей межличностной сети» является:

- А. Создание референтного круга общения, в котором культивируется взаимопомощь и разного рода обмены
- Б. Осознание своих индивидуальных свойств в целом в качестве средства или источника достижения нужного результата
- В. Отношение к трудной ситуации как совокупности шансов

Модуль 4. Психология экономического поведения.

1. Какой эффект потребительского поведения проявляется в парадоксальном увеличении спроса на товар с повышением его цены:

- А) эффект "бэндвэгон"
- Б) эффект сноба
- С) эффект Веблена
- Д) эффект Монте-Карло

2. Какая из предложенных аксиом лежит в основе представлений о рациональном экономическом поведении:

- А) аксиома жадности
- Б) аксиома транзитивности
- С) аксиома замещения
- Д) все перечисленные

3. Как называется процесс активного приспособления субъекта к условиям экономической жизнедеятельности:

- А) экономическая адаптация
- Б) экономическая депривация
- С) экономическая социализация
- Д) экономическая сенсбилизация

4. Познавательные факторы экономического поведения называются

- А) Аффективными
- Б) Когнитивными

В) Мотивационно-волевыми

5. Эмоциональные факторы экономического поведения называются

А) Аффективными

Б) Когнитивными

В) Мотивационно-волевыми

6. Факторы, включающие в себя экономические мотивы и волевые компоненты, называются

А) Аффективными

Б) Когнитивными

В) Мотивационно-волевыми

7. Эффектом репрезентативности называют ошибку, допускаемую при оценке вероятностей, которая определяется как

А) Переоценка надежности малых выборок

Б) Недостаточный учет априорной информации и использование преимущественно собственного опыта

В) Переоценка вероятности желательного события и недооценка вероятности нежелательного события

Модуль 5. Психология предпринимательства.

1. Страхование компании используют в своей деятельности

А) Эффект края

Б) Эффект Ирвина

В) Эффект репрезентативности

2. Понятие «предприниматель» было введено

А) Р.Катильоном

Б) М.Вебером

В) Ж.Б.Сэем

Г) В.Зомбартом

3. Ж.Б.Сэй выделил следующие функции предпринимателя

А) Соединение факторов производства

Б) Сбор информации и накопление опыта

В) Принятие решения и организация производственного процесса

Г) Все варианты верны

4. М.Вебер считал, что на формирование предпринимательского духа оказывает влияние

А) Религия

Б) Процесс труда

В) Мотив «стремление к успеху»

5. Два враждующих начала (бюргерский и предпринимательский дух) у предпринимателя выделил

А) В.Зомбарт

Б) Р.Кантильон

В) Й.Кирцнер

6. С позиции поведенческого подхода предпринимательское поведение обусловлено

- А) Установками индивида
- Б) Физиологическим состоянием
- В) Способностями и задатками
- Г) Все варианты неверны

7. С позиции деятельностного подхода предпринимательское поведение обусловлено

- А) Установками индивида
- Б) Физиологическим состоянием
- В) Способностями и задатками
- Г) Все варианты неверны

8. Условиями развития предпринимательства являются

- А) Политика государства в отношении частного бизнеса
- Б) Культура общества в отношении индивидуальной инициативы
- В) Склонности и способности людей к предпринимательству
- Г) Все варианты неверны

9. Согласно К.Г. Юнгу наибольшая предрасположенность к предпринимательству наблюдается у

- А) Экстравертов
- Б) Интровертов
- В) Все варианты верны

10. Типичный предприниматель - это, как правило _____ребенок в семье:

- А) старший
- Б) средний
- С) младший
- Д) Не имеет значения

11. Типичный предприниматель, как правило,

- А) состоит в браке
- Б) холост
- С) вдов
- Д) разведен

12. Главным мотивом создания предпринимателем собственного дела является

- А) иметь приличный доход
- Б) обрести независимость
- С) стать знаменитым
- Д) получить реальную власть

13. Главные слагаемые предпринимательского успеха это

- А) деньги
- Б) трудолюбие
- С) хорошая идея
- Д) все слагаемые главные

14. Большинство предпринимателей

- А) не любит рисковать

- Б) предпочитает низкую степень риска
- С) предпочитает среднюю степень риска
- Д) предпочитает высокую степень риска

15. Успешный предприниматель в трудных ситуациях обращается за советом:

- А) к специалистам, работающим у него на предприятии
- В) к внешним консультантам
- С) к другим предпринимателям
- Д) ни к кому не обращается, все решает сам

16. Предприниматели склонны в большей степени доверять:

- А) представителям государственных органов власти
- Б) представителям предпринимательских структур
- С) партнерам по бизнесу
- Д) никому не склонны доверять

17. По мнению предпринимателей успешность их бизнеса в наибольшей степени зависит от:

- А) благоприятности экономических условий в регионе
- Б) экономической политики государственных органов
- С) характера отношений с партнерами по бизнесу
- Д) собственных усилий

18. Как типичный предприниматель относится к соревнованию с другими людьми в своей сфере деятельности:

- А) не любит соревноваться
- Б) относится безразлично
- С) любит соревноваться с людьми
- Д) предпочитает жить и работать в условиях конкуренции

19. Как поступает большинство предпринимателей в случае серьезной неудачи:

- А) уходят работать на государственное предприятие
- Б) уходят работать к другому предпринимателю
- С) стараются найти надежного компаньона
- Д) организуют новое дело

20. Кем для предпринимателя являются его сотрудники в первую очередь:

- А) друзьями
- Б) единомышленниками
- С) наемной рабочей силой
- Д) средством для достижения своих целей

21. В работе предпринимателя наиболее часто возникают конфликты:

- А) с наемными работниками
- Б) с партнерами по бизнесу
- С) с клиентами
- Д) с представителями государственных органов власти

22. Из перечисленных ценностей наиболее значимыми для большинства предпринимателей является:

- А) творчество
- Б) развлечения

- С) богатство
- Д) работа

23. Для предпринимателя в бизнесе наиболее важным является:

- А) сам процесс деятельности
- Б) достижение цели
- С) и то и другое одинаково важны
- Д) ни то ни другое его не интересует

Модуль 6. Психология денег.

1. Психология денег, как раздел экономической психологии, изучает

- А) Психику людей
- Б) Деньги, как элемент товарно-денежного обмена
- В) Изменение психики и поведения людей под воздействием дене

2. На отношение к деньгам оказывают влияние следующие социальные факторы

- А) Уровень экономического развития страны
- Б) Уровень организованности производства и банковской системы
- В) Экономико-политический статус государства
- Г) Все варианты верны

3. Социокультурные особенности отношения к деньгам проявляются в:

- а) структуре трат, в сбережении денег, в проблемах уравнительного распределения;
- б) накоплении, инвестициях, отдыхе;
- в) материальном неравенстве, соотношении зарплат, доходе.

4. Факторы влияния на отношение к деньгам и денежное поведение:

- а) самооценка, социальная смелость, тревожность;
- б) воля, мотивы, интересы, потребности;
- в) пол, возраст, социальное окружение, экономический статус, личностные особенности.

5. Деньги – это:

- а) всеобщий эквивалент всех товаров;
- б) мерило всех экономических отношений;
- в) мера стоимости товара.

6. Психология денег – это раздел экономической психологии изучающий:

- а) личностные особенности индивидов и социокультурные особенности различных сообществ при изменениях в денежной сфере;
- б) изменение психики и поведения людей под воздействием денег;
- в) индивидуальные и групповые различия поведения индивидов, проявляющиеся при столкновении с деньгами.

7. В отношении к заработку люди делятся на три группы:

- а) физического, интеллектуального и духовного труда;
- б) бизнесмены, банкиры, менеджеры;
- в) люди наемного труда, представители свободных профессий, частные предприниматели.

8. Сверхвыбор – это:

- а) уменьшение стоимости предоставляемых разновидностей товаров по мере того, как технология становится более сложной;
- б) позиция, в соответствии с которой преимущества разнообразия и индивидуализации перечеркиваются сложностью процесса принятия решения покупателем;
- в) покупательная способность потребителей, имеющих достаточное количество денег, чтобы расточать их на свои специализированные потребности.

Практические задачи

Задача 1.

Цель: четко обозначить предмет исследования экономической психологии. Объектом исследования всех общественных наук, в том числе и экономики, психологии и социологии, является человек. Какой аспект поведения, деятельности человека рассматривает каждая из этих наук?

В чем различие «экономического», «психологического» и «социального» человека?

Порядок работы (методика). Студенты работают в группах по 5-9 человек. Им предлагается решить задачу, в которой человек может проявить себя преимущественно с «экономической», «психологической» и «социальной» позиции. На решение задачи дается 5-7 минут, после чего каждая группа представляет свое решение задачи.

Оборудование (оснащение). Для работы понадобится секундомер или часы. Текст задачи сложен для устного восприятия, поэтому необходимо заготовить несколько экземпляров для каждой группы студентов.

Инструкция. Необходимо прочитать текст задачи, обсудить возможные варианты ее решения в группе, подготовить групповое решение.

Случилась эта история много лет назад...

– Ну вот, – сказала Нина старшему брату Виктору. – Говорила тебе, что не нужно покупать мороженое! Как теперь мы доберемся до бабушки? У нас осталось всего 30 рублей!!!

– погоди, – возразил Виктор. Во-первых, это ты предложила купить мороженое. Во-вторых, нам помогут знания, полученные в школе в экономическом кружке.

И он стал быстро чертить на бумаге схему маршрутов. (Стоимость проезда: маршрутное такси – 10 рублей, метро – 5 рублей, автобус – 5 рублей, троллейбус – 4 рубля, трамвай – 3 рубля).

Какой путь нужно избрать Виктору и Нине (ей 10 лет), чтобы попасть к бабушке?

Обработка результатов и анализ работы. В первой задаче помимо чисто экономического результата при принятии решения учитывается переменная «личного предпочтения»: люди часто предпочитают один вид транспорта другому, независимо от того выгодно это или нет с экономической точки зрения. В подобных ситуациях человек часто проявляет особенности своего характера, личные пристрастия, стремится к психологическому комфорту иногда даже в ущерб своему бюджету. В этой задаче решение принимает не только «человек экономический», но и «человек психологический».

Задача 2

1. Как бы вы поступили в данной ситуации?
2. Какой тип поведения (рационально-экономический, психологический) доминирует у победителя лотереи?

Парень выигрывает в лотерею бесплатный билет на футбольный матч любимой команды. Он не хочет идти на этот матч в одиночестве и уговаривает друга приобрести аналогичный билет. Когда они уже собираются отправиться на матч, случается ужасная

гроза. Победитель лотереи выглядывает из окна и говорит: «В такую погоду меня может просто смыть с трибуны. К черту этот матч. Лучше останемся дома». А может быть (особенно если имеет экономическое образование), он говорит: «Издержки, которые я понесу в результате грозы, значительно превышают ожидаемое мною наслаждение от матча. К черту этот матч. Лучше останемся дома». Как бы там ни было, но победитель лотереи отказывается от полученного приза. А что же его друг? Да он просто в ярости! Он требует немедленно отправиться на матч: «Я не хочу терять деньги, которые заплатил за билет».

Задача 3

В следующих задачах выберите ответ и идентифицируйте отклонения (ловушки), допускаемые при оценке вероятностей.

1. Журнал «Fortune» внес в список 500 крупнейших фирм США следующие 10 корпораций (на основании их доходов от продаж за 1999 год):

Группа А: «KFC», «American Airlines», «Hershey Foods», «Barnes and Noble», «Texas Instruments»;

Группа В: «SBC Communications», «McKesson», «Ingram Micro», «United Technologies», «Utilicorp United».

Какая группа (А или В) имела наибольшие доходы от общих продаж?

2. Лучший студент последнего семестра в классе MBA пишет стихи и довольно застенчив, он невысокого роста. Какова была специализация этого студента на последнем курсе: (А) изучение Китая или (В) психология?

3. Какие из причин, представленных в следующих списках, были причинами большинства случаев преждевременной смерти в США в 2006 г.?

А. Курение, ожирение/недостаточная физическая активность и алкоголь.

В. Рак, сердечные заболевания и автокатастрофы.

4. Город обслуживают два родильных дома. В большем по размерам роддоме каждый день рождается около 45 детей, а в меньшем – около 15. Как вы знаете, около 50% всех новорожденных – мальчики. Однако точное процентное соотношение мальчиков и девочек каждый день иное. Иногда мальчиков рождается более 50%, иногда менее. За один год в каждом роддоме были дни, когда более 60% новорожденных были мальчики. В каком роддоме, по вашему мнению, в эти дни рождалось больше мальчиков?

А. Большой роддом.

В. Меньший роддом.

С. Одинаково (разница не более 5%).

5. Линде 31 год, она незамужняя, искренняя и умная женщина. Она изучала философию. В студенческие годы она очень интересовалась вопросами дискриминации и социальной справедливости, и она принимала участие в антиядерных демонстрациях. Расставьте следующие восемь описаний по порядку в зависимости от того, какие из них более вероятно описывают Линду:

a. Линда – учитель средней школы.

b. Линда – работает в книжном магазине и берет уроки по йоге.

c. Линда – активист феминистского движения.

d. Линда – социальный работник в сфере психиатрии.

e. Линда – член Лиги женщин-избирателей.

f. Линда – банковский кассир.

g. Линда – страховой агент.

h. Линда – банковский кассир и активист феминистского движения.

6. Какое событие из перечисленных ниже наиболее вероятно? Какое занимает второе место по степени вероятности?

a. Вытащить красный шарик из сумки, в которой 50% красных шариков и 50% белых.

b. Вытащить красный шарик семь раз подряд (при этом что перед вытаскиванием нового шарика вытащенный шарик кладется обратно) из сумки, на 90% наполненной красными шариками и на 10% – белыми.

c. Вытащить хотя бы один красный шарик за семь попыток (при этом, что перед вытаскиванием нового шарика вытащенный шарик кладется обратно) из сумки, на 10% наполненной красными шариками и на 90% – белыми.

7. В какую ловушку восприятия обычно попадают люди первый раз увидевшие эту картинку? Выберите один из ответов.

A) эффект Стоунера;

B) «эффект якоря»;

V) эффект края;

C) упорство.

8. Какие эффекты проявляются в акции компании «Эльдорадо» с купонами на скидку?

A) эффект Монте-Карло;

V) эффект наглядности;

C) эффект края.

9. Какие эффекты проявляются в этих рекламах?

A) ловушка фиксации;

V) ловушка риверсии;

C) эффект края;

D) эффект Монте-Карло;

E) эффект наглядности. __

Задача 4

Групповое упражнение на распределение ролей в венчурной команде. (Венчурные команды – это специальные команды, создающиеся для развития инновационных проектов).

Ситуация

Когда-то очень популярная компания «Baby» по производству памперсов для детей потеряла конкурентные преимущества. Спрос на памперсы падает. Появилось много конкурентов, продукция которых пользуется большей популярностью. Необходимо помочь компании восстановиться, заинтересовать клиентов посредством внедрения инноваций. Для этого создается венчурная команда.

Задание

1. Создать венчурную команду. В команде четыре человека.
2. Распределить роли среди участников команды. На презентации нового продукта необходимо назвать роль каждого участника .
3. Придумать новое интересное название для компании, девиз.
4. Дать рекомендации по организационным изменениям.
5. Придумать, как можно улучшить памперсы, чтобы заинтересовать клиентов. Нарисовать памперсы будущего. Приветствуются креативные, сумасшедшие идеи.
6. Описать новую форму одежды сотрудников и корпоративную культуру компании (основные ценности, принципы, правила).
7. Сделать презентацию проекта.

Задача 5

Коммерческий рекламный продукт.

Цель: выявить различия между видами рекламной продукции; научиться использовать элементарные принципы построения рекламной продукции; научиться видоизменять рекламный продукт в зависимости от изменения переменных требований

заказчика (цель – коммерческая реклама, социальная реклама), целевой аудитории, ведущего канала восприятия и т.д.

Порядок работы (методика). Студенты делятся на группы по 5-9 человек – они выступают в роли рекламных агентств, т.е. производителей рекламного продукта, и в течение 15-20 минут создают рекламный продукт, придерживаясь основной схемы. Продукт, услугу или бренд, подлежащий рекламе, группа выбирает самостоятельно. Также самостоятельно выбирается вид рекламного продукта, канал восприятия и целевая аудитория.

По истечении 20 минут каждая группа представляет свою разработку. Все остальные студенты выступают в роли экспертов: анализируют продукцию и дают конструктивные рекомендации. Процедура (выступление и анализ) повторяется для каждой группы по очереди. Затем преподаватель, выступающий в роли заказчика, просит изменить одну из переменных, например, целевую аудиторию, а товар, услугу или бренд оставить прежними. Как изменится рекламный продукт? (Примечание: на усмотрение «заказчика» может быть изменена любая переменная, более того, можно ограничить область творчества «рекламных агентств», назвав четко конечный результат. В нашем случае, например, целевая аудитория – семейные мужчины 30-40 лет, с высоким статусным положением и высоким доходом). Спустя 5-10 минут группы вновь представляют свои разработки и анализируют характер произведенных изменений.

Оборудование (оснащение). Для данного занятия специального оборудования не требуется. При создании рекламных продуктов можно использовать мебель, учебную доску, личные вещи студентов и т.п. Примерная схема построения рекламного продукта предлагается в виде раздаточного материала, или записывается студентами под диктовку преподавателя.

3.4 Доклад

Темы докладов

1. Соотношение понятий экономическое поведение, экономические интересы, экономическое сознание.
2. Факторы, влияющие на экономическое поведение индивидов и социальных групп.
3. Экономическая деривация и ее социально–психологические последствия.
4. Проблема богатства и бедности в психологии.
5. Возможности базовой экономико–психологической парадигмы Дж. Катона для анализа экономического поведения индивидов и различных социальных групп.
6. Варианты рассмотрения денежного инструментария в психологии.
7. Социально–психологические особенности сберегающего, долгового и кредитного поведения.
8. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке.
9. Гендерная специфика потребительского поведения.
10. «Шопоголизм» как вид психологической зависимости.
11. Психологические особенности принятия экономического решения.
12. Психологические особенности налогового менталитета и налогового поведения.
13. Гендерные различия в покупательском поведении.
14. Бедность как социально–психологический феномен.
15. Проявление феномена выученной беспомощности в условиях экономического кризиса.
16. Феномен рационализации зависти.
17. Трудоголизм как социально–психологический феномен.
18. Факторы развития оппортунистического поведения.

19. Психологические источники социальной напряженности.
20. Манипуляции в процессе коммерческих переговоров.
21. Средства массовой коммуникации и их влияние на экономическое сознание самосознание.
22. Психологические особенности налогового менталитета и налогового поведения россиян.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся; Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017; Положение о фонде оценочных средств П ВГАУ 1.1.13 – 2016»

4.2 Методические указания по проведению текущего контроля

1.	Сроки проведения текущего контроля	На семинарах
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории в течение семинара
3.	Требования к техническому оснащению аудитории	В соответствии с ОПОП и рабочей программой
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	Алтухова Елена Владимировна
5.	Вид и форма заданий	Собеседование, письменные работы
6.	Время для выполнения заданий	в течение занятия
7.	Возможность использования дополнительных материалов.	Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя, обрабатывающих результаты	Алтухова Елена Владимировна
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце занятия
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в Воронежском ГАУ

4.3 Ключи к тестам и практическим заданиям находятся в печатном варианте ФОС