

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №/ дата):

Декан:

(проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ИКОНОМИЧЕСКА ПСИХОЛОГИЯ“

ЗА СПЕЦ: Всички специалности; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 120 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 4

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	108
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	6
• САМОПОДГОТОВКА	102

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Стоянка Георгиева)
2.
(гл. ас. д-р Велина Колева)
3.
(гл. ас. д-р Петър Петров)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (доц. д-р Добрин Добрев)

I. АНОТАЦИЯ

Курсът на обучение по дисциплината „Икономическа психология” има за цел да разгледа психологическите детерминанти на икономическото поведение на хората в тяхната практическа дейност. Акцентира се върху основни конструкти от психологията на личността: Аз-образ и самооценка; темперамент; потребности и мотивация; емоции и емоционална регулация; ролята на наследствеността и на средата при формирането на личността; психично здраве и личностна патология; психичен стрес; социален конструктивизъм на нормата и патологията.

Изучаваното учебно съдържание дава **знание и разбиране** по отношение на:

- икономическата психика и икономическото поведение на индивидуално равнище;
- психологическият аспект на икономическото поведение от гледна точка на социално-психологическите взаимодействия и отношения между индивидите в социалните групи;
- психологическите параметри на потребителското поведение;
- психологическите аспекти на формиране и развитие на комуникативните умения.

Получените знания ще намерят отражение във формирането на **умения** за:

- анализ на психологическите параметри на индивидуалното и групово поведение на хората като предпоставка за успешна бизнес дейност;
- изготвяне на психологически характеристики на различни икономически субекти с оглед по-пълно използване на техния потенциал и успешно управление на дейността им;
- самопознание, самоизследване и осъществяване на трансформации в самоидентификацията на личността;
- усъвършенстване на качеството на междуличностно и делово общуване.

Дисциплината изгражда психологическа култура за изследване на психологията на личността, характера на човешките взаимоотношения в деловата сфера и междуличностните взаимодействия.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1	Тема първа. Въведение в психологията 1.1. Психологията като наука 1.2. Методи на психологически изследвания 1.3. Психология на личността и човешките отношения. Психология на макросоциалните процеси, структури и общности 1.4. Предмет и задачи на икономическата психология

2	<p>Тема втора. Личността в икономическата дейност</p> <p>2.1. Предметна област на психологията на личността</p> <p>2.2. Теории за личността. Социални и политически аспекти на науките за личността</p> <p>2.3. Индивидуални личностни различия – темперамент, интровертност и екстравертност, когнитивни стилове, локализация на контрола</p> <p>2.4. Характерологични особености на личността (интегрален характеров портрет)</p> <p>2.5. Инструменти за систематизиране и отразяване на индивидуалните различия</p>
3	<p>Тема трета. Икономическо поведение на личността</p> <p>3.1. „Просоциално“ поведение. Възникване на организациите – основни фактори и психологически детерминанти</p> <p>3.2. Трудовото поведение – предпоставка за икономическо поведение</p> <p>3.3. Типове трудова етика и изменение на отношението към труда</p> <p>3.4. Организационна социализация на индивида. Аспекти на само-оценката в икономическата дейност</p>
4	<p>Тема четвърта. Индивидуални параметри на трудовото поведение</p> <p>4.1. Способности и интелект. Типове интелигентност</p> <p>4.2. Професионална пригодност</p> <p>4.3. Видове емоции и емоционални състояния. Теории за емоциите</p> <p>4.4. Ценности, ценностна система и ценностна ориентация. Типология на ценностите (инструментални и терминални ценности)</p> <p>4.5. Аз-ът на личността и поведението („Аз-образ“: самопознание – самооценка – поведение)</p> <p>4.6. Аз-концепция и идентичност</p>
5	<p>Тема пета. Ефективно поведение и мотивация</p> <p>5.1. Мотивацията като теоретико-приложен феномен. Измерения на мотивацията в индивидуалното и груповото поведение</p> <p>5.2. Класически мотивационни теории. Интегративни тенденции, модели и подходи</p> <p>5.3. Социално сравнение и социален обмен в трудовата дейност</p> <p>5.4. Психологически договор и мотивация. Модели за взаимодействие между професионална реализация и личен живот</p>
6	<p>Тема шеста. Психология на потреблението</p> <p>6.1. Теорията за потребителските общества. Потребителско поведение и култура</p> <p>6.2. Психологически фактори влияещи върху потребителското поведение на личността.</p> <p>6.3. Аз-концепция и символно потребление</p> <p>6.4. Престижът като мотив за потребление (демонстративно, статусно и престижно потребление)</p> <p>6.5. Когнитивни и емоционални компоненти на потребителското поведение. Психология на масовия потребител</p>
7	<p>Тема седма. Психология на рекламата</p> <p>7.1. Влияние на основните психологически направления и теории върху развитието на рекламните комуникации</p> <p>7.2. Рекламно-психологически модели за въздействие върху реципиентите. Избор на основен рекламно-психологически модел</p> <p>7.3. Психологическо въздействие (когнитивно, афективно, сугестивно, поведенческо, сетивно) на рекламните послания. Психология на цветовете в рекламата</p> <p>7.4. Морална и правна регламентация на рекламната дейност</p>

8	<p>Тема осма. Социална психология на групите</p> <p>8.1. Психологически детерминанти на асоциирането („социално улеснение“; конформност спрямо социални влияния; необходимост от социално сравнение). Феноменът „групова психика“</p> <p>8.2. Дефиниране и специфика на понятието група. Видове групи</p> <p>8.3. Малката група като социално-психологическа категория. Културалните различия в работните групи и тяхната ефективност</p> <p>8.4. Масови социално-психологически явления и масови психични феномени (големи социални групи; тълпа; паника; слухове и др.)</p>
9	<p>Тема девета. Психология на лидерството</p> <p>9.1. Предизвикателствата пред мениджмънта и лидерството. Лидери и ръководители – диференциация на понятията</p> <p>9.2. Теории за лидерството. Лидерството – ръководство чрез влияние</p> <p>9.3. Психодинамични свойства на лидера. Нарцисизъм и лидерство</p> <p>9.4. Лидерски и мениджърски стилове (същност, разграничение и измерения)</p>
10	<p>Тема десета. Организационни конфликти и управление на стреса</p> <p>10.1. Конфликтът в дейността на организацията. Видове конфликти (междугрупов, междуличностен, вътрешноличностен)</p> <p>10.2. Психологически подходи и стилове за управление на конфликтните ситуации</p> <p>10.3. Психичният стрес в организацията – аспекти и фази на развитие</p> <p>10.4. Източници на стрес и профилактика</p> <p>10.5. Модели за изследване на психичния стрес в организационна среда</p>
11	<p>Тема единадесета. Психология на междуличностните отношения и комуникациите</p> <p>11.1. Общуването като социално-психичен феномен</p> <p>11.2. Комуникациите като обмен на информация (вербална, невербална и убеждаваща комуникация)</p> <p>11.3. Същност и специфика на деловото общуване. Основни аспекти – комуникативен (обмен на информация), интерактивен (взаимодействие и съвместна дейност) и перцептивен (възприемане и разбиране)</p> <p>11.4. Приложни измерения на деловото общуване – комуникативни бариери; ефекти в междуличностните отношения; типове събеседници и тактики на поведение</p> <p>11.5. Интуицията и невербалните сигнали в процеса на вземане на решения и водене на преговори</p>

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

В представянето на методите за подготовка и провеждане на обучението по дисциплината се описва използването на различните учебни ресурси и дейности, чрез които се осъществява учебният процес в дистанционната форма на обучение:

- *учебни ресурси: електронни учебници (включително такива, качени в системата Moodle), учебници (електронен каталог на библиотеката на ИУ-Варна).*
- *учебни дейности: учебни занятия в присъствениите периоди; изготвяне на курсова работа; тестове за самоизследване; работа с научна литература, придобиване на умения за разработване на библиография и осъществяване на научно изследване.*

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа	1	30
1.2.	Тест за самоизследване	1	15
1.3.	Тест за проверка на знанията	1	15
Общо за семестриален контрол:		3	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	48
Общо за сесиен контрол:		1	48
Общо за всички форми на контрол:		4	108

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Икономическа психология“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.
2. Стойнешка, Р. Икономическа психология. Варна: Наука и икономика, 2014.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Барет, Дж. Професионални тестове за самооценка на вашите способности, личност и мотивация. София: Фокус, 2003.
2. Бардов, И. Експериментална психология. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2008.
3. Минчев, Б. Психология – еволюционно феноменологичен подход. София: Сиела, 2013.
4. Голмън, Д. Емоционална интелигентност. София: Кибя, 2000.