

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

# **ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА**

**Навчально-методичний комплекс**

**Навчальний посібник**

Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра  
за спеціальності 073 Менеджмент

Укладачі: М.О. Кравченко, К.О. Кузнєцова, О.С. Ченуша

Електронне мережне навчальне видання

Київ  
КПІ ім. Ігоря Сікорського  
2024

Рецензент *Кириченко С.О.*, канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри економіки і підприємництва КПІ ім. Ігоря  
Сікорського

Відповідальний  
редактор *Шкробот М.В.*, канд. екон. наук, доцент

*Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 1 від 26.09.2024 р.)  
за поданням Вченої ради факультету менеджменту та маркетингу  
(протокол № 1 від 29.08.2024 р.)*

Навчальний посібник з дисципліни «Поведінкова економіка» складено відповідно до освітніх програм спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Дисципліна дає необхідну майбутньому фахівцю сукупність теоретичних знань і практичних навичок про системний вплив на економічну поведінку соціальних, когнітивних та емоційних факторів, інструментарій та методику їх оцінювання, моделювання та прогнозування. Метою курсу є формування у здобувачів знань теорії та практики поведінкової економіки, розуміння поведінкових закономірностей та їх впливу на перебіг економічних процесів, формування професійних компетентностей з прийняття ефективних управлінських рішень в контексті концепцій поведінкової економіки. Навчальний посібник розрахований на здобувачів вищої освіти всіх рівнів та всіх зацікавлених в дослідженні поведінкової економіки та її впливу на прийняття управлінських рішень.

Реєстр. № НП 24/25-006. Обсяг 2,6 авт. арк.

Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
проспект Перемоги, 37, м. Київ, 03056  
<https://kpi.ua>

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготовлювачів  
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 5354 від 25.05.2017 р.

© Кравченко М.О., Кузнєцова К.О., Ченуша О.С., 2024  
© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
I. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ .....	6
II. ТИПОВА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ .....	8
III. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ...	13
IV. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ.....	39
V. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ .....	63
VI. ПОТОЧНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ .....	68
VII. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ .....	73

## ВСТУП

Дисципліна «Поведінкова економіка» належить до курсу нормативних дисциплін професійного циклу підготовки та призначена для студентів денної та заочної форми навчання за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітньо-професійних програм «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Логістика», «Управління бізнесом, інновації та підприємництво». Вона спрямована на вивчення базових теоретичних основ поведінкової економіки та її концепцій, визначення впливу когнітивних процесів в регуляції поведінки, вивчення поведінки різних суспільних та економічних напрямів, зокрема, грошової, податкової, фінансової, підприємницької, соціальної тощо, дослідження економічної та суспільної свідомості, економічного мислення та інформаційно-психологічного впливу. Курс розпочинається з вивчення сутності та основних положень поведінкової економіки, а далі спрямовується на вивчення психофізіологічних основ поведінки, ролі когнітивних процесів в регуляції поведінки, внутрішньої мотивації та інших аспектів впливу на формування поведінкових реакцій.

Метою курсу є формування у здобувачів знань теорії та практики поведінкової економіки, розуміння поведінкових закономірностей та їх впливу на перебіг економічних процесів, формування професійних компетентностей з прийняття ефективних управлінських рішень, а саме:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу при вивченні поведінкових реакцій та передумов їх появи;
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями концепцій поведінкової економіки як сучасного напрямку розвитку економічної науки;
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації з урахуванням поведінкових реакцій економічних суб'єктів;
- здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту із врахуванням поведінкових реакцій;
- здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення в контексті концепцій поведінкової економіки;
- розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності;
- здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Згідно з вимогами освітньо-професійних програм після засвоєння навчальної дисципліни студенти мають продемонструвати такі програмні результати навчання:

- демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства в контексті концепцій поведінкової економіки;
- мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації з урахуванням впливу поведінкових реакцій та когнітивних процесів;
- демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації, зокрема, при прогнозуванні подальших дій суб'єктів господарювання;
- демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним при дослідженні основних положень поведінкової економіки.

Даний навчальний посібник включає матеріал з п'ятнадцяти тем курсу та розрахований на здобувачів вищої освіти всіх рівнів та всіх зацікавлених в дослідженні поведінкової економіки та її впливу на прийняття управлінських рішень.

## I. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Навчальним планом передбачено проведення 36 годин лекційних занять та 36 годин практичних занять, модульний контроль, розрахункова робота.

### Розподіл годин на види робіт за дисципліною

Тиждень навчання	Назва розділів, тем	Розподіл годин				Опис занять	Навчальна діяльність та оцінювання
		Л	П	С	Всього		
1	Тема 1. Сутність та основні положення поведінкової економіки	2	2	4	8	Лекція 1 Практичне заняття 1	Дискусія
2	Тема 2. Концепції поведінкової економіки	2	2	5	9	Лекція 2 Практичне заняття 2	Обговорення Презентація
3	Тема 3. Психофізіологічні основи поведінки та нейроеконіміка	2	2	4	8	Лекція 3. <i>Психофізіологічні основи поведінки</i> Практичне заняття 3	Дискусія Кейс 1
4		2	2	4	8	Лекція 4. <i>Основні засади нейроеконіміки</i> Практичне заняття 4	Кейс 2 Тестування 1
5	Тема 4. Когнітивні процеси в регуляції поведінки	2	2	5	9	Лекція 5 Практичне заняття 5	Обговорення Презентація
6	Тема 5. Економічна свідомість і економічне мислення	2	2	4	8	Лекція 6 Практичне заняття 6	Дискусія Аналіз ситуацій
7	Тема 6. Економічна поведінка у процесі прийняття рішень	2	2	4	8	Лекція 7. <i>Прийняття економічних рішень</i> Практичне заняття 7	Дискусія Кейс 3 Тестування 2
8		2	2	4	8	Лекція 8. <i>Мотиваційно-вольові компоненти та афективні чинники економічної поведінки</i> Практичне заняття 8	Обговорення Аналіз ситуацій Презентація
9	Тема 7. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності	2	2	4	8	Лекція 9. <i>Мотивація та мотиваційний механізм</i> Практичне заняття 9	Дискусія Кейс 4
10		2	2	4	8	Лекція 10. <i>Експеримент Дункера. Емоційний інтелект</i> Практичне заняття 10	Дискусія Кейс 5

11	Тема 8. Прийняття рішень в умовах ризику <b>МКР</b>	2	2	4	8	Лекція 11 Практичне заняття 11	МКР
12	Тема 9. Міжчасовий вибір та фреймінг	2	2	5	9	Лекція 12 Практичне заняття 12	Обговорення Презентація
13	Тема 10. Евристики в прийнятті економічних рішень	2	2	4	8	Лекція 13 Практичне заняття 13	Дискусія Аналіз ситуацій Тестування 3
14	Тема 11. Економічна психологія підприємництва і зайнятості	2	2	4	8	Лекція 14 Практичне заняття 14	Аналіз ситуацій Тестування 4
15	Тема 12. Грошова та податкова поведінка	2	2	5	9	Лекція 15 Практичне заняття 15	Обговорення Презентація
16	Тема 13. Аномалії в економічній поведінці	2	2	4	8	Лекція 16 Практичне заняття 16	Аналіз ситуацій
17	Тема 14. Соціальні аспекти економічної поведінки	2	2	4	8	Лекція 17 Практичне заняття 17	Обговорення Презентація
18	Тема 15. Суспільна свідомість та інформаційно-психологічний вплив	2	2	4	8	Лекція 18 Практичне заняття 18	Тестування 5
<b>Розрахункова робота</b>		-	-	<b>12</b>	<b>12</b>		
<b>Екзамен</b>		-	-	<b>30</b>	<b>30</b>		
<b>Всього</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	<b>108</b>	<b>180</b>		

Примітка: Л – лекції, П – практичні заняття, С – самостійна робота.

## II. ТИПОВА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

### ***Тема 1. Сутність та основні положення поведінкової економіки.***

Класична школа економічної теорії та школи поведінкової економіки: основні постулати та відмінності. Причинно-наслідкові зв'язки та кореляція. Концепція «економічної людини» А. Сміта. Припущення сучасної моделі економічної людини. Поведінкова економіка. Ірраціональна поведінка. Економічна психологія. «Стара» та «нова» поведінкова економіка.

### ***Тема 2. Концепції поведінкової економіки.***

Основоположники нової поведінкової економіки. Теорія суб'єктивної цінності. Теорія перспектив. Недосліджені області економічної теорії. Базові положення поведінкової економіки. Подвійна природа процесу прийняття рішення. Обмежена раціональність людини. Вплив соціального контексту. Непослідовність при міжчасовому виборі. Феномен індивідуального прийняття рішення. Ментальні пастки. Вибір в умовах ризику і невизначеності. Теорія міжчасового вибору. Поведінкова теорія ігор. Критика поведінкової економіки.

### ***Тема 3. Психофізіологічні основи поведінки та нейроекономіка.***

Фізіологія, психологія, психіка. Біологія поведінки Р. Сапольскі. Нейроекономіка. Базова модель нейроекономіки. Кодування суб'єктивної цінності рішення. Емоції в нейроекономіці. «Дилема в'язня». Соціальна та економічна взаємодії. Гра з нульовою сумою. Парето-оптимум. Ситуація рівноваги Неша. «Обмін закритими сумками». Гени та меми.

### ***Тема 4. Когнітивні процеси в регуляції поведінки.***

Когнітивні процеси. Афективні процеси. Типи когнітивних процесів. Сприйняття. Мислення. Увага. Пам'ять. Методи, інструменти: кодування, утримання та відкликання, визначення, аналіз, порівняння, класифікація, експеримент, узагальнення, висновок, інтерпретація та дедукція. Уява. Мова. Раціональний вплив. Метакогнітивні процеси. Когнітивна психологія. Конструкт. Закономірності сприйняття простору, руху та часу. Види ілюзій. Ефекти запам'ятовування. Теорія подвійного кодування. Когнітивні обмеження. Причини виникнення когнітивних упереджень.

### ***Тема 5. Економічна свідомість і економічне мислення.***

Економічна свідомість. Структура економічної свідомості. Форми економічної свідомості. Масова свідомість суспільства. Групова економічна свідомість. Свідомість в індивідуальному вимірі. Структурні компоненти економічної свідомості. Економічні емоції і відчуття. Перцептивна сфера економічної поведінки. Економічні уявлення. Економічне мислення. Погляди на економічне мислення. Вольові компоненти економічної свідомості. Економічні норми, економічний інтерес, економічний мотив. Економічний вчинок, економічна діяльність. Провідні компоненти економічної свідомості. Знання. Економічні оцінки. Економічні переконання.

### ***Тема 6. Економічна поведінка у процесі прийняття рішень.***

Теорія прийняття рішень. Невизначеність. Економічний погляд на прийняття рішення. Принцип максимізації. Аксиома транзитивності. Аксиома заміщення. Погляд економістів та психологів на прийняття рішення. Види систематичних помилок. Гра «Горішки». Атрибуція. Децентралізація. Емоції або звички. Мотиви. Альтруїстична поведінка. Дилема «новизна-комфорт». Принцип ефективності пайової участі в прибутках. Феномен компенсаторної поведінки. Закон Йеркса-Додсона. Види економічних емоцій.

### ***Тема 7. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності.***

Поняття і види мотивації. Стимул. Мотиваційна структура. Інтереси. Потреби. Мотиваційний механізм і його елементи. Стимулювання. Основні функції стимулювання. Стратегій мотивації людей. Теорії мотивації. Стимулювання за Ф. Тейлором. Теорія психоаналізу З. Фрейда. Теорія К. Юнга ("аналогічної психології"). Альфред Адлер. Еріх Фромм. Теорія фрустрації. Теорія мотивації по А. Маслоу. Теорія мотивації Д. Мак Келланда. Теорія очікування В. Врума. Теорія справедливості Дж. Адамса. Теорія підкріплення В. Скіннера. Теорія мотивації соціального напрямку. Зовнішня та внутрішня мотивації. Експеримент К. Дункера. Емоційний інтелект. Концепція емоційного інтелекту (EI). Роль емоційного інтелекту. Типологія емоційної компетентності. Методика вимірювання EI – MSCEIT.

### ***Тема 8. Прийняття рішень в умовах ризику.***

Теорія прийняття рішень. Види прийняття рішень. Інтуїтивні рішення. Рішення, що базуються на судженнях. Оцінка наслідків альтернатив. Порівняння альтернатив. Акт прийняття рішення. Ймовірність. Невизначеність. Ризик. Кількісна модель ризику. Ціна ризику. Ризикова ситуація. Суперечливість. Об'єктивність ризику. Інтеграційний підхід. Феномен раціонального ризику. Якість і спрямованість вибору. Рівні ризику.

### ***Тема 9. Міжчасовий вибір та фреймінг.***

Модель поведінки споживача. Кейнсіанська функція споживання. Саймон Кузнець. Концепція міжчасового вибору Ірвінга Фішера. Максимізація споживання. Гіпотеза життєвого циклу. Гіпотеза постійного (перманентного) доходу. Полеміка споживчої економіки. Економічна теорія щастя. Економіка вражень. Вікіноміка. Індивідуалізація споживання і культурного розмаїття. Ефект фреймінгу. Однобічність фреймінгу. Фреймінг і прийняття рішень. Упереджене визначення.

### ***Тема 10. Евристики в прийнятті економічних рішень.***

Евристичні методи. Модель сліпого пошуку. Лабіринтна модель. Структурно-семантична модель. Ефект ілюзії правди (ефект достовірності). Ефект репрезентативності. Ефект доступності. Ілюзія контролю. Феномен "валентності". Якірний ефект. Ефект сприйняття ризику. Інерційний ефект. Ефект реактивного опору. Ефект надмірної впевненості. Ефект "труднощі - легкості". Ефект поведінки, що суперечить відношенню.

### ***Тема 11. Економічна психологія підприємництва і зайнятості.***

Феномен підприємництва. Поведінковий підхід. Підприємницька поведінка. Діяльнісний підхід. Інноваційний ефект підприємницької поведінки. Психологічна структура підприємницької поведінки. Мотивація досягнення. Психологічні ознаки підприємницької діяльності. Психологічне обличчя підприємців. Чотири типи (моделі) підприємців. Індивідуальний підприємець, приватний підприємець. Суперпродавець. Природжений менеджер. Генератори великих ідей. Економічна психологія зайнятості. Теорія підприємництва. Три мотиви підприємницької діяльності. Типологія психологічних бар'єрів.

### ***Тема 12. Грошова та податкова поведінка.***

Гроші як об'єкт психологічних досліджень. Теорії грошей у психології. Ставлення до грошей. Психологічні стереотипи людини відносно грошей. Макроекономічні дослідження психологічного аспекту грошей. Дж. М. Кейнс: вісім груп мотивів людини щодо накопичення грошей. Г. Катон: чотири цілі, заради яких люди заощаджують гроші. Невмотивовані заощадження. «Грошові» типи особистості. Психометричний метод для дослідження психології споживачів. Форми поведінки платника податків. Способи вивчення поведінки платника податків. Типи податкової поведінки. Опортуніст-максимізатор. Опортуніст з обмеженою формою раціональності. Законослухняний тип платника податків. Законослухняний платник податків з обмеженою раціональністю. Психологічні установки різних соціальних груп. Фактор справедливості і податкова поведінка. Стратегії поведінки. Особливості податкового менталітету українців.

### ***Тема 13. Аномалії в економічній поведінці.***

Групи аномалій у процесах підготовки та прийняття рішень. Надмірна самовпевненість. Нездатність об'єктивно сприймати і інтерпретувати інформацію. Аномалії "відхилення бажаності». Евристики закріплення і пристосованості. Ефект ізоляції. Евристика доступності. Ефект жалю. Ефект моди. Ефект оформленості. Ілюзія контролю. Ефект компетентності. Ефект інформаційного каскаду. Ефект капкану. Ефект консерватизму. Ефект готівкових коштів. Ефект схильності. Ефект "надреакції". Ілюзія значущості. Аномальна поведінка зацікавлених сторін при впровадженні ідей та проектів. Аномалії в побудові організацій (структурні патології). Аномалії в управлінських функціях та системі прийняття рішень (функціональні аномалії). Патології в організаційних відносинах (організаційні патології).

### ***Тема 14. Соціальні аспекти економічної поведінки.***

Поняття і типи соціально-економічних груп. Складові елементи, що у взаємодії забезпечують функціонування групи. Соціальна стратифікація. Об'єктивні підстави стратифікації груп. Суб'єктивні основи соціально-економічної стратифікації. Чотири типи економічних відносин. Виробничі відносини. Розподільчі відносини. Обмінні відносини. Відносини у сфері

споживання з приводу задоволення безпосередніх потреб людей. Типологізація соціально-економічної структури. Соціальне сприяння. Соціальне гальмування. Групові ефекти. Фактори соціальної лінії за Рінгельманом. Соціальні феномени економічної поведінки. Моделі поведінки платника податків.

***Тема 15. Суспільна свідомість та інформаційно-психологічний вплив.***

Еволюція суспільства та його основна сутність. Два підходи до розуміння суспільства та його історії (К. Маркс). Сутність інформаційно-психологічного впливу. Інформаційно-психологічна безпека особи. Безпека інформаційно-технічної інфраструктури. Переконання. Навіювання. Рівень ефективності ШСВ. Маніпулювання. Засоби примушення. Роботизація. Види змін в індивідуальній свідомості. «ДжинсА».

### III. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

#### Практичне заняття №1

**Тема: Сутність та основні визначення поведінкової економіки.**

**Зміст заняття:**

1. З'ясувати сутність, мету, завдання та функції поведінкової економіки.
2. Визначити передумови виникнення поведінкової економіки як напряму наукової думки.
3. Визначити основні відмінності між класичною економічною теорією та поведінковою економікою.
4. Дослідити різницю між новою та старою поведінковою економікою.
5. Визначити основних представників школи поведінкової економіки та їх вклад у її розвиток.

#### **Методичні рекомендації до проведення заняття**

1. Користуючись принципами наукового пошуку та аналізу існуючих в літературі визначень студент повинен **опрацювати визначення 7-10 поняттям, які, з його точки зору, пов'язані з поведінковою економікою.**
2. При цьому для кожного поняття необхідно **проаналізувати по 5-7 альтернативних визначень цього поняття від різних авторів.** Виконання цього пункту завдання передбачає роботу з першоджерелами. Усі опрацьовані студентом визначення повинні мати обов'язкові посилання на першоджерела.
3. Знайдені **визначення** студент має **згрупувати за певними критеріями,** який студентом пропонуються самостійно.
4. При аналізі поняття «поведінкова економіка» студенту зручно користуватися **побудовою «хмарини» основних характеристик** (надалі «хмарини тегів»). Така хмарина має узагальнювати і конкретизувати основні слова та мовні вирази, що зустрічалися/повторювалися у проаналізованих студентом визначеннях авторів. «Хмарина тегів» візуалізує визначення досліджуваного студентом терміна, спрощує сприйняття та допомагає студенту



#### 4. Охарактеризувати основні концепції поведінкової економіки.

##### *Методичні рекомендації до проведення заняття*

Кожен студент із запропонованого в переліку ментальних пасток, має обрати три пастки, які притаманні типовому, на його погляд студенту, а також три пастки, що притаманні саме йому як людині. В чому це проявляється? Як це можна вирішити / уникнути?

##### Ментальні пастки

Завзятість	Продовження роботи над тим, що вже втратило свою цінність
Ампліфікація (amplification «посилення», «перебільшення»)	Людина вкладає в досягнення мети більше зусиль, ніж потрібно
Пастка фіксації	Просування людини до мети заблоковано. Вона не може продовжувати розпочату справу, поки не дочекається телефонного дзвінка, дозволу, ... Замість того щоб переключитися, вона залишається в підвішеному стані
Пастка реверсії	Плани людини однозначно зазнали невдачі. Але її продовжує хвилювати все та ж проблема
Випередження	Випереджає події, починає занадто рано, а потім переробляє і працює даремно
Пастка спротиву	Необхідно змінити курс дій, навіть якщо вона вже зайнята чимось цілком корисним або приємним. Або треба переключити свою увагу. Але людина продовжує наполегливо чіплятися за колишні заняття
Пастка затягування	Зважилася на якусь справу, але важко приступити до неї. Розум просто відмовляється відразу переходити до справи та вишукує яке-небудь незначне заняття, яке може відтягнути неминучий початок роботи
Пастка поділу	Робити дві справи одночасно. Як тільки у своїх фінансових міркуваннях вона майже дісталася рішення, настає її черга висловитися – і тонка структура думок розсипається в прах. Коли вона повертається до своєї проблеми, їй доводиться реконструювати шлях, вже пройдений думкою, щоб знову дістатися колишнього результату
Прискорення	Робить щось з більшою ніж потрібно швидкістю. В результаті вкладені зусилля сходять нанівець

Провести відкриту дискусію щодо передбачення появи таких пасток та методів їх подолання.

**Рекомендована література:** [1; 2; 3; 4; 5; 7; 8; 10; 18].

## Практичне заняття №3

### *Тема: Психофізіологічні основи поведінки*

#### *Зміст заняття:*

1. Дослідити відмінності між фізіологією та психологією в контексті впливу на поведінку людини.
2. Проаналізувати «гру в ультиматум».
3. Провести експеримент «обмін закритими сумками».
4. Розглянути фактори, які об'єктивно впливають на поведінку конкретної людини.

#### *Методичні рекомендації до проведення заняття*

Сформуйте та намалюйте ментальну карту «Когнітивна поведінка» та поясніть її. Виконання в командах по 2-3 особи. Проводимо мозковий штурм, формуємо карту, представляємо всім іншим, пояснюємо взаємозв'язки.

Ментальні карти - спосіб організації процесу творчого мислення за допомогою схем, побудованих за певними правилами.

Ментальна карта - карта думок (mind map) або асоціативна карта – це діаграма зв'язків, яка відображає природний хід мислення від центральної ідеї до її наслідків. Іншими словами, це метод візуального представлення ідей, думок, концепцій та будь-якої іншої інформації.

10 простих правил створення карт:

1. Починаємо з центральної ідеї посередині чистого аркушу, використовуючи малюнок і хоча б 3 кольори – для мінімум трьох ієрархій на карті.
2. Використовуємо картинки, символи, коди і заповнюємо ними весь вільний простір.
3. Вибираємо ключові слова і друкованим текстом наносимо на гілки, використовуючи верхній та нижній регістр.
4. Кожен елемент (слово/картинка) повинен мати власну гілку.

5. Лінії повинні бути з'єднані, починаючи від центральної ідеї. Центральні лінії товстіші, органічні і текучі. Всі наступні гілки стаючи тоншими в залежності від радіального розходження від центру.

6. Робимо лінії такої ж довжини, як і слово/картинка.

7. Використовуємо кольори на власний розсуд і на всій ментальній карті.

8. Розробляємо свій особистий стиль майнд меппінгу.

9. Використовуємо акценти і показуємо асоціації на своїй ментальній карті.

10. Зберігаємо ясність інтелектуальної карти, використовуючи радіальну ієрархію в цифровому порядку, або охоплюючи всі гілки.

Для зручності – в Інтернеті є сервіси для створення ментальних карт.

**Рекомендована література:** [1; 2; 3; 4; 5; 7; 9].

#### **Практичне заняття №4**

**Тема: Когнітивні процеси в регуляції поведінки**

**Зміст заняття:**

1. Проаналізувати відмінності між когнітивним та афективним процесом..
2. Розглянути типи когнітивних процесів.
3. Дослідити методи та інструменти пам'яті.
4. Визначити суть когнітивної психології як науки.

#### **Методичні рекомендації до проведення заняття**

Дослідити теорію когнітивного розвитку Піаже, підготувавши доповіді на наступні підтеми:

1. Передумови виникнення теорії Піаже.
2. Етапи когнітивного розвитку за Піаже.
3. Застосування теорії Піаже в світі.

**Рекомендована література:** [1; 2; 3; 4; 5; 7; 9; 20; 21].

## **Практичне заняття №5**

### ***Тема: Когнітивні упередження***

#### ***Зміст заняття:***

1. Закономірності сприйняття простору, руху та часу.
2. Класифікація основних типів сприймання та спостереження.
3. Види ілюзій.
4. Причини виникнення когнітивних упереджень.

#### ***Методичні рекомендації до проведення заняття***

1. Обрати з кожної з чотирьох груп когнітивних упереджень (представлених в кінці лекції) по одному, який впливає на економічну поведінку людини.
2. Охарактеризувати, в чому полягає обране когнітивне упередження.
3. Навести приклади, яким чином та за яких обставин дане когнітивне упередження може впливати на економічну поведінку людини.

Завдання виконувати у групах по дві особи.

Не брати приклади когнітивних упереджень, які пояснювались в лекції.

***Рекомендована література:*** [1; 2; 3; 4; 5; 7; 9].

## **Практичне заняття №6**

### ***Тема: Когнітивні упередження***

#### ***Зміст заняття:***

1. Дослідити основні види когнітивних упереджень.
2. Визначити вплив когнітивних упереджень на економічне життя людини.
3. Сформулювати основні методи подолання когнітивних упереджень.

#### ***Методичні рекомендації до проведення заняття***

**Кейс «Нераціональна поведінка та менталітет»**

Факт світового визнання поведінкової економіки дає змогу подивитися на питання ширше. З одного боку, є системна похибка між прогнозами базових економічних моделей і реальним життям людей, які народилися та весь час живуть у ринковій економіці. Вона виникає з різниці між раціональним агентом і справжньою людиною. Поведінкова економіка — це спроба усунути цю похибку.

З іншого боку, є ще більша системна похибка між економічною наукою та реальністю людей, переважна частина яких не досвідчили справжніх ринкової економіки та капіталізму. Серед них українці, інші пострадянські народи й не тільки. Ці люди керуються дещо іншими мотивами, мають власні, унікальні шаблони дій у певних ситуаціях. І тому відрізняються не тільки від *homo economicus*, а й від людей із розвинутих економік. Системна похибка між економічною теорією та реальністю цих людей така велика, що багато хто стверджує, нібито економічна наука фактично незастосовна до них. Тут потрібен окремий теоретичний тюнінг — щось на кшталт поведінкової економіки по-українськи.

Як дії та мотиви українців (їх аналізувати найлегше, бо ми спостерігаємо це в повсякденному житті) відрізняються від *homo economicus* і «ринкової» реальної людини, та як це впливає на економічну систему?

Ось кілька прикладів.

Часто життя ставить багатьох українців перед вибором між низькооплачуваною роботою з ліваком чи можливістю вкрати та порівняно високооплачуваною роботою із «самою лише зарплатою». Багато з нас вибирають першу (ні *homo economicus*, ні «ринкові» люди так не роблять). Думаю, кожен знає принаймні одну людину із саме таким вибором. Як це впливає на економіку? Підприємці свідомо занижують зарплату, оскільки якби вони платили заслужений рівень, то опинялися б у збитках через масові крадіжки. Витрати бізнесу в таких випадках дуже важко контролювати, а тому про досягнення ефективності та розвиток говорити не можна. Це стосується не тільки «державних» робіт, адже відомі численні приклади того, як працівники торговельних мереж роблять закупівлі за завищеними цінами через власні компанії-прокладки, та багато інших. Пальне, зерно, метал, споживчі товари — крадуть усе та в усіх. У результаті ми бідкаємося, що в Україні низькі зарплати, але водночас чимало людей живе в достатку з лівака. Можливо, для них не все

так погано, але на рівні системи бізнес багато втрачає в перспективах розвитку, а держава — у виконанні соціальних функцій.

Ми маємо позбутися тих наших «особливостей», які є наслідком національних психологічних травм, отриманих у радянські часи.

*Наведіть три інших приклади подібної нераціональної поведінки українців та її вплив на національну економіку.*

*Рекомендована література:* [1; 2; 3; 4; 5; 7; 9; 10; 20].

## Практичне заняття №7

*Тема: Економічна свідомість*

*Зміст заняття:*

1. Сутність економічної свідомості особистості.
2. Компоненти економічної свідомості.
3. Основні форми економічної свідомості.
4. Перцептивна сфера економічної поведінки.

*Методичні рекомендації до проведення заняття*

### Кейс «Ментальна бухгалтерія»

«...Я мав би здогадатися про це раніше. Біля з'їзду з автобану в Берні сидить у засідці сірий скринькоподібний радар. Він там вже роками. Не розумію, що зі мною трапилося. Фотоспалах повернув мене до реальності, і швидкий погляд на спідометр підтвердив: перевищив швидкість принаймні на 20 км/год, а навколо — жодної автівки, яку можна було б призначити цапом-відбувайлом.

Наступного дня у Цюріху я здалеку спостерігав, як поліцейський підкладає штрафну квитанцію під двірники моєї машини. Визнаю — припаркувався у недозволеному місці. Тому що багатоярусні міські парковки були переповнені, а я поспішав, тому що в центрі Цюріха легальних паркувальних місць приблизно стільки, скільки шезлонгів в Антарктиці. На мить з'явилося бажання підбігти. В

моїй уяві виникла картина, як я, задихаючись від бігу та поправляючи скуйовджене волосся, стою перед поліцейським і роз'яснюю йому свою дилему. Я стримався, бо за роки життя вже засвоїв, що так тільки виставиш себе на посміховисько. Відчуваєш себе приниженим, а потім ще й спиш погано.

Штрафні квитанції мене раніше дратували, а сьогодні я ставлюся до них із посмішкою. Необхідну суму я просто знімаю зі свого благодійного рахунку в банку. Туди я щорічно вношу 10 000 франків на добрі справи — враховуючи сплату штрафів. У психології цей простий прийом називають Mental Accounting («ментальна бухгалтерія»). Мова, власне, йде про класичну мисленнєву помилку: люди поводяться із грошима по-різному, в залежності від джерела їхнього походження. Якщо ви, наприклад, знайдете на вулиці сотню, то поставитеся до неї легковажно і витратите її швидше та фривольніше, ніж зароблені гроші. Приклад зі штрафною квитанцією показує, як можна отримати вигоду з такої мисленнєвої помилки. Навмисно вводиш себе в оману — заради власного душевного спокою.

Уявіть, що під час подорожі по бідній країні у вас зникає гаманець. Незабаром ви його знову знаходите — і там є все, окрім готівки. Як ви трактуєте цю ситуацію: як пограбування чи як грошову пожертву тим людям, яким, ймовірно, живеться гірше, ніж вам? Тому факту, що у вас поцупили гроші, думками не зарадиш. А ось сприйняття ситуації, її трактування — це все у ваших силах.

Гарне життя багато в чому залежить від конструктивного трактування фактів. На ціни в крамницях чи ресторанах я завжди подумки накидаю 50 відсотків. Це саме та сума, яку мені фактично коштує пара черевиків чи морський язик а-ля менсьєр — до відрахування з мене прибуткового податку. Припустимо, бокал вина коштує €10, тоді мені треба заробити €15, щоб дозволити собі таке вино. Це для мене гарна ментальна бухгалтерія, яка допомагає контролювати власні видатки.

За готельні номери я волію сплачувати наперед. Я просто не хочу паплюжити фінал романтичних вихідних у Парижі несплаченими рахунками. Як стверджує правило піку та кінця нобелівського лауреата Денієла Канемана, після відпустки більше всього згадують про найяскравіші враження від неї та її завершення, а все інше забувається. Більш детально про цей ефект ми поговоримо в главі 20. Тож якщо в кінці подорожі отримуєш моторошний

рахунок, який пихатий французький готельний адміністратор віддає вам наче військову команду (разом із малозрозумілими додатковими сумами, які він, очевидно, навмисне пред'являє до сплати, оскільки клієнт говорить французькою із відчутним акцентом), — це все шкодить спогадам. Тому психологи рекомендують тактику попередніх дій: спочатку сплачуй, потім споживай — одна з ігрових форм ментальної бухгалтерії, яка дозволяє з меншим дискомфортом витратити гроші».

*«Мистецтво гарного життя. 52 неймовірні шляхи до щастя»*

*Рольф Добеллі*

Люди погано уміють проводити раціональні виміри і давати об'єктивні оцінки. Економісти називають цю особливість мозку ментальною бухгалтерією. Наш мозок покладається на ментальну бухгалтерію, тому що має дуже обмежені здібності до усвідомленої обробки інформації.

Недоліки і слабкі сторони нашого раціонального мислення постійно впливають на нашу поведінку, примушуючи нас приймати рішення, які згодом здаються безглуздими. Ці помилки тягнуться далеко за межі самоконтролю.

Річард Талер, економіст з університету Чикаго, був першим, хто повністю досліджував наслідки такої ірраціональної поведінки. Він склав простий набір питань, який демонстрував ментальну бухгалтерію у дії.

Наприклад, коли Талер запитав людей, чи зроблять вони крок в 20 хвилин, щоб заощадити 5 доларів на купівлі 15-доларового калькулятора, 68% опитуваних відповіли «так». Проте, коли він запитав їх, чи зроблять вони крок в 20 хвилин, щоб заощадити 5 доларів на 125-доларовій шкіряній куртці, тільки 29% відповіли «так». Їх рішення менше залежали від абсолютної кількості залучених грошей (5 доларів), чим від певної ментальної категорії, до якої відноситься це рішення.

Якщо економія активувала ментальну категорію з невеликою кількістю грошей — наприклад, купівля дешевого калькулятора, вони були згодні їхати через усе місто. Але ті ж 5 доларів здаються незначущими, коли вони є частиною набагато більшої купівлі. Цей принцип також пояснює, чому продавці автомобілів можуть включати у вартість свого товару непотрібне і дороге додаткове устаткування, а п'ятизіркові готелі безкарно деруть з клієнтів по 6 доларів за банку арахісу. Оскільки ці витрати — усього лише маленькі частини

набагато більших покупок, ми в результаті купуємо речі, які в звичайному житті ніколи не купили б.

Як відмічає Талер, розумові проблеми виникають через те, що процесор у нас повільний і не цілком справний, а також із-за нашої власної зайнятості". Оскільки префронтальна кора одночасно добре справляється приблизно з сімома завданнями, вона постійно намагається згрупувати об'єкти разом, щоб трохи спростити складний навколишній світ. Замість того щоб рахувати кожен витрачений долар, ми ділимо наші гроші на певні покупки. Ми вибираємо найкоротші шляхи, оскільки у нас бракує обчислювальних «потужностей» для того, щоб думати по-іншому. Проте, знання і розуміння цих особливостей нашого мислення допоможе вам приймати кращі рішення.

### ***Завдання:***

Зпрогнозувати поведінку людини (вибір найбільш ймовірного варіанту) у зазначених ситуаціях. Пояснити зроблений вибір з позицій «ментальної бухгалтерії»:

1. У якому випадку людина більш імовірно придбає квиток на спектакль, що коштує 500 грн:

- а) якщо перед цим у неї був такий квиток, але вона його загубила;
- б) якщо квитка у неї не було, але перед цим вона загубила 500 грн?

2. Пояснити, чому більшості людей подобаються подарунки у вигляді гаджетів, подорожей, одягу, дорогого вина?

3. Яка зі стратегій залучення клієнтів є більш ефективною:

- а) робити для клієнта велику кількість невеликих послуг та подарунків;
- б) зробити для клієнта коштовний подарунок або безкоштовно надати ексклюзивну послугу?

4. Фірма вирішує актуальне питання «Як підвищити ефективність розпродажів?». Попередні дослідження дозволили сформулювати 3 можливі варіанти розпродажів, які доцільно запропонувати споживачам:

- 1) «два за ціною одного»;
- 2) «-50 % від звичайної ціни»;

3) «кожному покупцеві – подарунок» (у вигляді іншого доповнюючого товару, наприклад, до тюбика зубної пасти – безкоштовна щітка).

Вказати, яка з наведених форм розпродажу буде найбільш ефективною.

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 15; 19].

## Практичне заняття №8

**Тема: Економічне мислення**

**Зміст заняття:**

1. Економічне уявлення та економічне мислення.
2. Дж. Сорос та Дж. Кейнс про економічне мислення.
3. Види економічного мислення.
4. Реалізація економічних інтересів.

**Методичні рекомендації до проведення заняття**

### Гра

Для виконання роботи необхідно сформувати команду (4 – 5 осіб).

**Етап 1.** За посиланням <https://miro.com/app/board/uXjVPkHAdDA=/> ознайомитись із вкладками 1-го етапу опису ситуації, розгорнувши всі вкладки. Проаналізувати подану схему комунікації між учасниками економічного процесу. Зробити висновки про їх ролі, відповідальність, обов'язки, взаємозв'язки.

Всі процеси в першому етапі вже відбулись.

Основна діяльність ТОВ «1» - розробка проєкту з виробництва алкогольної продукції для клієнтів, з подальшим його супроводом. LLC «2» відкрита за кордоном і є невід'ємною частиною бізнес-процесу.

1. Проаналізувати стартові позиції та вклад партнерів 1 та 2 в діяльність фірм.

2. Чи вважаєте ви розподіл частки по фірмах є справедливим і чому?

**Етап 2.** Перед запуском проєкту клієнта, відбуваються дії в послідовному порядку (з 1 по 2)

Партнер 2 переїжджає на нову (орендовану) квартиру.

Проєкт для клієнта запустився. Сам клієнт давно співпрацює із міжнародними партнерами, але до того, не мав можливості реалізувати подібний проєкт, тому він погодився на умови постійного обслуговування свого проєкту з боку ТОВ «1» за роялті на постійній основі.

Розрахунок клієнта із постачальником із-за кордону відклався. Відтермінування оплати відбулось через зрив строків поставки комплектуючих, що призвело до зсуву строків поставки продукції в торгівельні мережі клієнта.

Клієнт надійний, тому йому подовжили строк відтермінування за рахунок гарних відносин із партнерами.

Згідно агентського договору між ТОВ «1» та Клієнтом, роялті будуть виплачені з відтермінуванням на один місяць від початку перших поставок продукції. Також, ТОВ «1» має агентський договір із постачальником сировини, згідно якого, вона отримує маржу від продажу продукції по всім проєктам на території України, які укладені за участі агента.

### ***Відбувається дія 3, 4, 5, 6.***

Весь цей час партнер 2 їздить на таксі та ходить до ресторанів. Також партнеру 1 стає відомо, що партнер 2 зняв квартиру набагато дорожче від попередньої. Ці новини дуже не сподобались партнеру 1, дивлячись на скрутну фінансову ситуацію, яку описував партнер 2., але партнер 1 вирішив не шкодити бізнесу через такі дрібниці.

Клієнт чекає відвантаження першої партії через 2 неділі, враховуючи цю новину він попросив продовжити відтермінування оплати за сировину іноземному постачальнику. За взаємовідносини із постачальником відповідає партнер 2.

Постачальник сировини, в свою чергу, постійно нагадує партнеру 2 про терміни оплати.

### ***Далі відбувається дія 7 та 8.***

## **Партнер 1**

2 дія . Після звернення партнер 2 відносно позики, ви її надаєте знаючи про його фінансовий стан.

6 дія. Ви погоджуєтесь надати другу позику зі своєї долі від роялті з проєкту клієнта.

### **Партнер 2**

1 дія. Ви запитуєте про позику грошей в партнера 1, бо вам треба терміново з'їжджати з квартири і шукати нову.

3 дія. Ви звертаєтесь до клієнта з проханням внести авансовий платіж по агентському договору для забезпечення діяльності фірми. Але насправді хочете отримати гроші на свої потреби.

5 дія. Домовляєтесь з партнером 1 про другу позику частки авансу партнера в рахунок майбутніх розрахунків з прибутку фірми. Пояснюючи ситуацію скрутним фінансовим становищем та нестачею своєї долі авансу на свої потреби.

7 дія. Ви почали переживати, що клієнт досі не розрахувався і знову просить відтермінування. Тому, вирішуєте нагадати йому, що згідно договору можуть бути застосовані штрафні санкції і краще поспішити з оплатою.

### **Клієнт**

4 дія. Ви йдете на зустріч та погоджуєтесь внести авансовий платіж.

8 дія. Вам, як людині слова, вкрай не сподобалось, що партнер 2 перейшов до погроз санкціями і ви вирішуєте сплатити всі заборгованості в недільний строк та закрити співпрацю по цьому проєкту із ТОВ «1».

### **Завдання:**

1. Проаналізуйте діяльність обох партнерів, виходячи із ситуації, що склалась.
2. Коротко опишіть, чому люди повели себе так, які фактори вплинули на їх психологічний стан та дії.
3. Які можливості та ризики ви можете підкреслити із даної моделі управління?

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 15; 19; 21].

## Практичне заняття №9

### *Тема: Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності*

#### **Зміст заняття:**

1. Поняття мотивації та її структура.
2. Інстинкти, інтереси, потреби.
3. Мотиваційний механізм і його елементи.
4. Стратегій внутрішньої мотивації людини.

#### **Методичні рекомендації до проведення заняття**

Можна виділити кілька стратегій мотивації людини:

1. Стратегія, заснована, з одного боку, на внутрішній схильності (спонуканні, бажанні) до певних дій, а з іншого - на зовнішньому спонуканні і примусі.
2. Стратегія, заснована на зовнішньому спонуканні і примусі, тобто використанні тільки зовнішнього мотиваційного механізму (стимулювання) у його обох формах.
3. Стратегія, заснована виключно на примусі, тобто використовує зовнішній негативний механізм мотивації.
4. Стратегія, заснована на схильності і спонуканні, що використовує внутрішній і зовнішній позитивні механізми мотивації.
5. Стратегія, заснована на схильності і примусі, що використовує внутрішній і зовнішній негативні мотиваційні механізми.

#### **Завдання:**

Навести по два приклади (конкретні ситуації) до кожної стратегії внутрішньої мотивації людини.

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 12].

## Практичне заняття №10

### Тема: Теорії мотивації та емоційний інтелект

#### Зміст заняття:

1. Основні теорії мотивації та їх сутність.
2. Зовнішня та внутрішня мотивації.
3. Експеримент К. Дункера.
4. Теорія емоційного інтелекту.

#### Методичні рекомендації до проведення заняття

#### Завдання 1

Для визначення основних факторів, що зумовлюють мотивацію людини, доцільно використати контент-аналіз його вербальної сфери. Виходячи з психоаналітичного припущення про те, що актуальні потреби завжди знаходять прояв у мові людини, для виявлення найбільш актуальних мотиваторів слід визначити мовні звороти, що пов'язані з відомими факторами мотивації основних мотиваційних теорій. Частота згадувань того чи іншого мотиваційного фактора при цьому буде характеризувати рівень актуальності його для людини. Основні теорії мотивації та притаманні їм мотиваційні фактори наведено в табл.

#### Теорії мотивації та мотиваційні фактори [7]

<i>Теорії мотивації</i>	<i>Мотиваційні фактори</i>
Теорія «Х» Д. Макгрегора	Матеріальна вигода
Теорія «У» Д. Макгрегора	Соціальні стосунки
Теорія Ф. Герцберга	Трудові: відповідальність, почуття виконаного завдання, досягнення мети і почуття свого професійного вдосконалення. Гігієнічні (фактори, що викликають незадоволення): недостатня заробітна плата, погані умови праці, напружені стосунки, обмеження свободи
Теорія А. Маслоу	Потреби: 1) фізіологічні; 2) у безпеці; 3) соціальні; 4) у повазі та визнанні; 5) в самоактуалізації.
Теорія Д. МакКлеланда	1. Потреба у владі. 2. Потреба в афіліації (приємних стосунках, розумінні, прихильності). 3. Успіх.

Теорія очікувань В. Врума	Очікування щодо доступності результату; очікування щодо винагороди за досягнутий результат; очікування щодо значущості винагороди
Теорія справедливості С. Адамса	Справедливість як відповідність між власним внеском та винагородою, та внеском і винагородою інших людей
Теорія характеристик роботи Д.Р. Хакмана	Різноманіття, значимість, завершеність, автономність, зворот- ний зв'язок

***Завдання:***

1. Визначити основні фактори мотивації претендента на посаду.
2. Назвати теорії мотивації, що можуть бути використані для пояснення його поведінки. Аргументувати свою відповідь.

***Вихідні дані про посаду та претендента:***

На підприємстві створюється проектна група з розробки нового продукту, який повинен якісно змінити положення на ринку. Служба з персоналу залучена до пошуку кращого кандидата на посаду керівника проекту.

Основна робота, яку він має виконувати, полягає в оперативній оцінці конструкторської документації й наступної координації дій трьох підвідділів конструкторського бюро.

Претендент на посаду в ході співбесіди відзначив наступне: «Я більше 15 років працюю на підприємстві, знаю специфіку кожного підрозділу і достатньо компетентний, щоб помітити помилки у виконуваній роботі. У той же час, маю достатній авторитет у цих підрозділах, щоб не доз- волити їм серйозну справу перетворити в арену для суперництва. Знаю, що там працюють розумні молоді хлопці, з якими можна знайти спільну мову. За останній час ситуація з дисципліною, звичайно, сильно погіршилася, але, система преміювання за кінцевим результатом, думаю, зробить свою справу. До того ж, час, відведений на розробку, достатньо обмежений, і це можна використати як вагомий аргумент для припинення неконструктивних комунікацій.

***Завдання 2***

1. Пройти тест на EI кожному студенту з групи (<https://www.idrlabs.com/ua/global-eq/test.php>) – перелік прізвищ вписати в таблицю.

2. Визначити середні результати за кожною із 15 компонент по групі. Розрахувати. Проаналізувати результати. Визначити чи однорідні дані, чи були кардинальні відхилення?
3. Визначити середній рівень ЕІ групи.
4. Завантажити дані, розрахунки та результат представити на парі.

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 12; 13; 14; 16].

### **Практичне заняття №11**

**Тема: Модульна контрольна робота**

**Зміст заняття:**

Проведення МКР за темами 1-7.

#### **Методичні рекомендації до проведення заняття**

Модульна контрольна робота (ваговий бал – 10 балів) передбачає:

- надання відповіді на 20 тестових питань (рейтинговий бал за кожную правильну відповідь – 0,25);
- надання відповіді на 2 аналітичних завдання відкритого типу (рейтинговий бал 2,5):
  - 2,5 балів – повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації);
  - 2 бали – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), або повна відповідь з незначними неточностями;
  - 1,5 бали – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації);
  - 1 бал – незначні помилки (не менше 30% потрібної інформації);
  - 0,5 бали – не відповідає вимогам на «задовільно»;
  - 0 балів – відповідь не надана.

**Рекомендована література:** [1-8; 10].

## Практичне заняття №12

### *Тема: Прийняття рішень в умовах ризику*

#### *Зміст заняття:*

1. Теорія прийняття рішень.
2. Види прийняття рішень.
3. Види ризиків.
4. Кількісна модель ризику.

#### *Методичні рекомендації до проведення заняття*

**Завдання 1.** У супермаркеті є дві акції на один і той самий товар – шоколадний батончик. У першій акції на ціннику написано: "Знижка 30%, купуйте більше!", а у другій: "Максимальна кількість для покупки – 10 штук". Яку з акцій ви обрали б і чому?

**Завдання 2.** Ви маєте вибір між двома інвестиціями:

1. Безпечний варіант: 100% ймовірність отримати 1000 грн.
2. Ризиковий варіант: 50% ймовірність отримати 2000 грн або 50% ймовірність втратити все.

Що ви оберете та чому?

**Завдання 3.** Компанія запропонувала своїм працівникам новий план пенсійного накопичення. За замовчуванням всіх працівників залишають на старому плані, але вони можуть перейти на новий, якщо хочуть. Незважаючи на те, що новий план вигідніший, більшість працівників залишаються на старому. Чому так сталося?

**Завдання 4.** Студент вже витратив кілька місяців на підготовку до курсу, який йому не подобається і який не потрібен для його спеціальності. Він розуміє, що курс йому не цікавий, але вирішує продовжувати, бо «вже стільки часу витрачено». Що порадите студенту?

**Завдання 5.** У вас є два конверти з грошима: один призначений для витрат на відпочинок, а другий для щоденних потреб. Ви витратили всі гроші з конверта для щоденних потреб, але ще маєте гроші в конверті для відпочинку. Чи варто вам скористатися цими грошима для щоденних витрат?

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 14; 15; 19].

### **Практичне заняття №13**

**Тема: Евристики в прийнятті економічних рішень**

**Зміст заняття:**

1. Евристичні методи.
2. Моделі процесу розв'язання нової задачі.
3. Ефекти та феномени в прийнятті рішень.
4. Наслідки ефектів та феноменів в прийнятті рішень.

#### **Методичні рекомендації до проведення заняття**

Найпоширеніші когнітивні викривлення, що притаманні процесам пам'яті – це ефект фон Ресторффа та викривлення у сприйнятті зробленого вибору.

Ефект фон Ресторффа проявляється як схильність людей краще запам'ятовувати об'єкти, що значно відрізняються від інших. Позитивним наслідком цього ефекту є краще запам'ятовування певної інформації.

Тож підвищення ефективності процесу навчання має бути здійснене з використанням цієї особливості.

Викривлення у сприйнятті зробленого вибору – тенденція пам'ятати свої вибори як правильніші, ніж вони були насправді. Отже, цільовим орієнтиром впливу даного ефекту є самооцінка людини.

Враховуючи те, що помилкові дії викликають негативні емоції та збільшують тривожність, даний ефект дозволяє людині більш спокійно ставитися до власних помилок. Отже, використання ефекту має бути спрямоване на закріплення стану, відношення та настрою відповідно до тих елементів навчання, які не повинні розглядатися як помилкові.

**Завдання:** визначити адаптивні (направлені на пристосування до певних умов) функції цих ефектів і запропонувати дії щодо їх використання для підвищення ефективності процесу навчання.

**Рекомендована література:** [1; 2; 3; 4; 9; 11].

## Практичне заняття №14

### Тема: Міжчасовий вибір та фреймінг

#### Зміст заняття:

1. Дж. Кейнс про поведінку споживача у ринковій економіці.
2. Нові моделі поведінки споживача Ф. Модільяні та м. Фрімена.
3. Полеміка споживчої економіки.
4. Фреймінг при прийнятті рішень.

#### Методичні рекомендації до проведення заняття

### Психологія реклами

1. Пригадайте, яка реклама (у газеті, журналі, на телебаченні, транспорті, рекламному щиті, Інтернеті тощо) останнім часом найбільше привернула вашу увагу, запам'яталась або викликала бажання щось придбати (скористатися послугою).

2. У відведеному нижче місці помістіть фото цієї реклами.

3. Уважно проаналізуйте текст і форму вашого прикладу реклами за допомогою наведеної нижче Шкали психологічної ефективності реклами. У стовпчику «Зміст реклами» підкресліть ті її характеристики, які привернули вашу увагу, запам'ятались, призвели до виникнення певних емоцій, викликали інтерес або викликала бажання щось придбати (отримати послугу). Коли завершите цю роботу, позначте знаком «+» наявність певної характеристики у прикладі реклами.

#### Шкала психологічної ефективності реклами [3; 7]

Бали	Зміст шкали	Характеристики реклами	Наявність
1	Споживач (глядач, читач, слухач і т.д.) прагне позбутися від впливу реклами. Він закриває «вікно» в Інтернеті, вимикає телевізор, радіо, перевертає сторінку газети або журналу. При цьому він зазнає яскравих негативних емоцій (роздратування, гнів, огиду та ін.), запам'ятовує або не запам'ятовує те, що рекламується, у нього не з'являється бажання придбати товар або скористатися послугою.	<i>Привертає увагу</i> <i>Запам'ятовується</i> <i>Викликає емоції (+/-)</i> <i>Спонукає до придбання</i>	
2	Споживач залишається байдужим до реклами. Не зазнає ніяких емоцій, не запам'ятовує того, що рекламується, у нього не виникає бажання придбати товар або скористатися послугою.	<i>Привертає увагу</i> <i>Запам'ятовується</i> <i>Викликає емоції (+/-)</i>	

		<i>Спонукає до придбання</i>	
3	Реклама привертає увагу споживача. Вона викликає інтерес, цікавість, але споживач запам'ятовує тільки сюжет реклами, а не те, що рекламується, у нього не з'являється бажання придбати пропонований товар або скористатися послугою. Тут реклама існує як би сама по собі, живе окремим життям від рекламного товару. У свідомості споживача товар не асоціюється з його рекламою.	<i>Привертає увагу</i> <i>Запам'ятовується</i> <i>Викликає емоції (+/-)</i> <i>Спонукає до придбання</i>	
4	Реклама привертає увагу споживача. Вона викликає жвавий інтерес, цікавість, споживач запам'ятовує й сюжет реклами й те, що рекламується, але в нього не з'являється бажання придбати рекламований товар або скористатися послугою. У нього не виникає огиди до реклами, він із задоволенням може подивитися її другий раз. Тут реклама може розглядатися скоріше як витвір мистецтва, якщо, звичайно, поняття мистецтво може бути застосоване до реклами!	<i>Привертає увагу</i> <i>Запам'ятовується</i> <i>Викликає емоції (+/-)</i> <i>Спонукає до придбання</i>	
5	Реклама викликає дуже сильний інтерес у споживача. Він відчуває сильні позитивні емоції. Запам'ятовує те, що рекламується, і прагне, будь-що-будь, придбати рекламований товар або скористатися пропованою послугою.	<i>Привертає увагу</i> <i>Запам'ятовується</i> <i>Викликає емоції (+/-)</i> <i>Спонукає до придбання</i>	

4. Зробіть висновки щодо аналізу психологічного впливу реклами на вашу споживацьку поведінку:

- визначте рейтинговий бал наведеного прикладу реклами за Шкалою психологічної ефективності реклами;
- проаналізуйте психологічний вплив наведеного прикладу реклами на свою споживацьку поведінку.

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 12].

## **Практичне заняття №15**

***Тема: Економічна психологія підприємництва і зайнятості***

***Зміст заняття:***

1. Феномен підприємництва.

2. Психологічний портрет підприємця.
3. Основні типи (моделі) підприємців.
4. Економічна психологія зайнятості.

### *Методичні рекомендації до проведення заняття*

Наведіть по два приклади впливу психологічних факторів на поведінку людини (у нижченаведених сферах економічних відносин) та економічні результати такої поведінки:

- у сфері відносин купівлі – продажу;
- у сфері відносин на підприємстві (в колективі, між начальником та підлеглим);
- у сфері фінансових відносин.

Коротко опишіть в ситуації:

- як людина мала б себе повести?
- як вона себе повела під впливом психологічних факторів?
- як це відобразилось на результаті?

Вашу думку та приклади подайте у вигляді структурованої таблиці нижче.

Психологічні фактори впливу на економічну поведінку

<i>№</i>	<i>Приклад:</i>	<i>як людина мала б себе повести?</i>	<i>як вона себе повела під впливом психологічних факторів?</i>	<i>як це відобразилось на результаті?</i>
<b>1. Відносин купівлі – продажу:</b>				
<i>Приклад 1</i>				
<i>Приклад 2</i>				
<b>2. Відносини на підприємстві:</b>				
<i>Приклад 1</i>				
<i>Приклад 2</i>				
<b>3. Фінансові відносини:</b>				
<i>Приклад 1</i>				
<i>Приклад 2</i>				

**Рекомендована література:** [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 12; 19; 21].

## Практичне заняття №16

**Тема:** *Грошова та податкова поведінка*

**Зміст заняття:**

1. Теорії грошей у психології.
2. Психологічні стереотипи людини відносно грошей.
3. Макроекономічні дослідження психологічного аспекту грошей.
4. Форми поведінки платника податків.

**Методичні рекомендації до проведення заняття**

### Завдання 1

1. Дайте щирі відповіді на питання у таблиці, запропоновані психоаналітиком щодо відношення до грошей.
2. Які психологічні символи грошей відображені в даному опитуванні?

№	Питання	Відповідь	Психологічні символи грошей
1	чи охоплює Вас бажання що небудь купити, коли у Вас важко на душі?		
2	чи охоплює Вас відчуття тривоги та вини, коли Ви витрачаєте на себе гроші, хоча при цьому на близьких людей Ви можете витратити гроші щиро та від душі?		
3	чи викликає у Вас жах думка про те, що Ви можете втратити свої збереження незважаючи на те, що Ви маєте постійний дохід?		
4	чи надасте Ви перевагу збереженню складних любовних або подружніх стосунків через страх, що самотужки не зможете забезпечити себе матеріально?		
5	чи купуєте Ви своїм близьким та друзям дорогі подарунки, чи даєте Ви їм гроші в борг тільки тому, щоб оточення більше любило та поважало Вас?		

### Завдання 2

1. Назвіть 5 основних особливостей податкового менталітету українців.
2. Що необхідно для зміни такої податкової поведінки?

№	Особливості податкового менталітету українців	Заходи для зміни такої податкової поведінки
1		
2		
3		
4		
5		

*Рекомендована література:* [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 12].

### **Практичне заняття №17**

*Тема: Соціальні аспекти економічної поведінки*

*Зміст заняття:*

1. Типи соціально-економічних груп.
2. Соціальна стратифікація.
3. Типологізація соціально-економічної структури.
4. Групові ефекти економічної поведінки.

*Методичні рекомендації до проведення заняття*

#### **Лінгвістичні фрейми в рекламі**

1. Виявити та розкрити лінгвістичні фрейми рекламного контенту, емоційні і когнітивні фрейми реклами, проаналізувавши рекламні ролики (5-10 штук).
2. Проаналізувати віднайдені фрейми реклами.
3. Запропонувати «дерево лінгвістичних фреймів» за функціональними ознаками і цільовою орієнтацією на кінцевого споживача з різним ментальним обліком.
4. Опитати потенційних споживачів (не менше 10), які показали реакції на досліджувану Вами рекламу.
5. Зробити висновки про вияв «ефекту володіння», «чутливості до здійснення витрат» тощо на основі експериментального опитування.
6. Запропонувати напрями застосування отриманих результатів у нейромаркетингу.

7. Результати експерименту узагальнити та представити у вигляді презентації. Виконувати в командах по 5 осіб.

*Рекомендована література:* [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 12].

### Практичне заняття №18

*Тема: Суспільна свідомість та інформаційно-психологічний вплив*

#### *Зміст заняття:*

1. Еволюція суспільства.
2. Суспільна свідомість та її форми.
3. Як війна змінила суспільну свідомість українців.
4. Інформаційно-психологічний вплив.

#### *Методичні рекомендації до проведення заняття*

1. Наведіть три приклади інформаційно-психологічної операції (ІПСО) із подій з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. В чому їх суть?

2. Яким чином ці ІПСО дестабілізують ситуацію в Україні? Як впливають на свідомість суспільства (3-5 пунктів)? Які наслідки це має (3-5 наслідків)?

Результат подайте у таблиці.

№	Приклад ІПСО	Сутність	Вплив на суспільство	Наслідки для України
1			1. 2. 3. ...	1. 2. 3. ...
2			1. 2. 3. ...	1. 2. 3. ...
3			1. 2. 3. ...	1. 2. 3. ...

*Рекомендована література:* [1; 3; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 17].

## IV. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

### Теми для презентаційних доповідей:

1. Зародження поведінкової економіки та методів її дослідження.
2. Еволюція концепцій поведінкової економіки.
3. Внесок Нобелівських лауреатів у сфері поведінкової економіки в розвиток економічної науки.
4. Поведінкові фінанси як новий напрям економічної теорії
5. Вплив поведінкової економіки на вибір ефективних засобів заощадження коштів.
6. Моделі раціонального споживача та їх оновлення в контексті поведінкової економіки.
7. Роль фреймінгу під час прийняття економічних рішень.
8. Вплив пандемії COVID на зміну моделей поведінки економічних суб'єктів.
9. Способи маніпулювання вибором споживачів.
10. Когнітивні упередження в інвестиційній діяльності.
11. Дослідження споживчого вибору в онлайн-покупках.
12. Надж-технології у прийнятті рішень.
13. Нейромаркетинг як інноваційний інструмент впливу на поведінку споживачів.
14. Поведінкові інструменти в системі державного регулювання ринку праці.
15. Інструменти штучного інтелекту в маркетинговій діяльності.
16. Управлінські аспекти використання штучного інтелекту.
17. Екологічні цінності в економічних відносинах.
18. Вплив зеленого лобі на вибір споживачів.
19. «Зелені пастки» відновлюваної енергетики.
20. Проекологічна поведінка товаровиробників.
21. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у форматі історії інформаційних конфліктів.
22. Гібридна війна: структура та базові прийоми.
23. Інформаційна безпека держави.
24. Пропаганда та її роль в інформаційно-психологічних маніпуляціях.
25. Технології маніпулювання та їх вплив на економічну поведінку.
26. Методи захисту від маніпулювання поведінкою.

27. Розвиток навичок емоційного інтелекту бізнес-лідера.
28. Емоційний інтелект у сучасних взаємодіях.
29. Психологія реклами: основні прийоми привабливості споживачів.
30. Соціально-психологічний портрет сучасного українського підприємця та особливості його економічної поведінки.

### Тестові завдання:

1. Чим відрізняється причинно-наслідковий зв'язок від кореляції?
  - А) нічим;
  - Б) при кореляції сила залежності між подіями більша;
  - В) при причинно-наслідковому зв'язку одна подія є причиною наступної, при кореляції є лише математичний зв'язок між подіями;
  - Г) при кореляції сила залежності між подіями менша, ніж при причинно-наслідковому зв'язку.
  
2. В чому полягає концепція „економічної людини”?
  - А) пояснення поведінки особи, яка керується у своїй діяльності особистими економічними інтересами і потребами;
  - Б) поведінкою людей керує егоїзм та турбота про власну вигоду;
  - В) людина — це раціональний суб'єкт;
  - Г) всі відповіді вірні.
  
3. Хто є засновником аналітичної моделі «економічної людини»?
  - А) Амос Тверські;
  - Б) Деніел Канеман;
  - В) Джордж Катон;
  - Г) Адам Сміт;
  
4. Яке припущення відноситься до сучасної моделі економічної людини?
  - А) обмеженість доступних ресурсів;
  - Б) обмеженість альтернатив вибору;
  - В) обмеженість власних інтересів;
  - Г) обмеженість витрат.

5. Як можна виправити системні похибки абстрактних економічних моделей?
- А) провести експерименти;
  - Б) додати поправки до результатів моделі;
  - В) виключити хибне теоретичне припущення;
  - Г) всі відповіді вірні.
6. Область знань, яка досліджує похибки людської раціональності у прийнятті рішень – це:
- А) економічна теорія;
  - Б) поведінкова економіка;
  - В) економічна поведінка;
  - Г) біхевіоризм.
7. Об'єктом вивчення біхевіоризму є:
- А) свідомість;
  - Б) підсвідомість;
  - В) поведінка;
  - Г) раціональність.
8. Чи є дане твердження вірним: «Адам Сміт, «батько» класичної економічної теорії, стверджував, що поведінка людини диктується тільки прагненням до багатства»?
- А) так;
  - Б) ні.
9. Поведінкова економіка є послідовницею:
- А) неокласична економічна теорія;
  - Б) класичної економічної теорії;
  - В) психіатрії;
  - Г) експериментальної економіки.
10. Дія, націлена на отримання результату без заздалегідь обдуманих вчинків та оцінки – це:

- А) раціональна поведінка;
- Б) ірраціональна поведінка;
- В) когнітивна упередження;
- Г) когнітивна поведінка.

11. В чому полягає «парадокс Алле»?

- А) люди, групуючись, стають одним цілим і починають поводитися відмінно від того, як вони діяли б наодинці;
- Б) людина скоріше прагне до задоволення замість максимізації корисності через постійну обмеженість ресурсів, необхідних для зваженого прийняття рішення;
- В) людина в умовах ризику віддає перевагу не отриманню максимальної очікуваної корисності, а досягненню абсолютної надійності;
- Г) підсвідомість вирішує протиріччя шляхом викривлення історичних фактів так, щоб уникнути внутрішнього конфлікту.

12. В чому полягає теорія обмеженої раціональності?

- А) люди, групуючись, стають одним цілим і починають поводитися відмінно від того, як вони діяли б наодинці;
- Б) людина скоріше прагне до задоволення замість максимізації корисності через постійну обмеженість ресурсів, необхідних для зваженого прийняття рішення;
- В) людина в умовах ризику віддає перевагу не отриманню максимальної очікуваної корисності, а досягненню абсолютної надійності;
- Г) підсвідомість вирішує протиріччя шляхом викривлення історичних фактів так, щоб уникнути внутрішнього конфлікту.

13. Коли підсвідомість вирішує протиріччя шляхом викривлення історичних фактів так, щоб уникнути внутрішнього конфлікту, пом'якшити (нівелювати) проблему, це називається:

- А) когнітивний дисонанс;
- Б) ефект Данінга-Крюгера;
- В) парадокс Алле;
- Г) ефект натовпу.

14. Вивченням процесу прийняття рішень в умовах ризику займається:
- А) теорія ірраціональності;
  - Б) теорія обмеженої раціональності;
  - В) теорія перспектив;
  - Г) неокласична економіка.
15. Першим, хто ввів у вжиток сам термін «поведінкова економіка», був:
- А) А. Сміт;
  - Б) Д. Канеман;
  - В) Дж. Катон;
  - Г) А. Тверські.
16. Теорія суб'єктивної цінності ґрунтується на:
- А) ступені корисного ефекту, який він приносить споживачу;
  - Б) ступені корисного ефекту, який він приносить споживачу, порівняно із вихідною точкою;
  - В) людина любить вигравати і не любить програвати;
  - Г) тому, що результат, сприятливий для першого, виявляється поганим для другого.
17. Теорія перспектив базується на принципі:
- А) фіксування точки відліку;
  - Б) зниження чутливості моделі;
  - В) неприйнятті втрат;
  - Г) всі відповіді вірні.
18. Чи є твердження вірним: «На сьогодні, вчені навчилися моделювати поведінку тільки на основі економічних мотивів і раціональних реакцій економічних агентів»
- А) так;
  - Б) ні.
19. Недослідженою областю економічної теорії є:

- А) раціональні реакції на неекономічні мотиви;
- Б) ірраціональні реакції на економічні мотиви;
- В) ірраціональні реакції на неекономічні мотиви;
- Г) всі відповіді вірні.

20. На сьогодні, вчені навчилися моделювати поведінку тільки на основі вивчення:

- А) раціональних реакцій на економічні мотиви;
- Б) раціональних реакцій на неекономічні мотиви;
- В) ірраціональних реакцій на економічні мотиви;
- Г) ірраціональних реакцій на неекономічні мотиви.

21. Подвійна природа процесу прийняття рішення полягає у:

- А) наявності двох систем на основі яких приймаються рішення: інтуїтивної та усвідомленої;
- Б) наявності двох систем на основі яких приймаються рішення: раціональної та нераціональної;
- В) наявності двох систем на основі яких приймаються рішення: інтуїтивної та емоційної;
- Г) наявності двох систем на основі яких приймаються рішення: когнітивної та усвідомленої.

22. Вплив соціального контексту на поведінку людини реалізується через:

- А) неприйняття несправедливості;
- Б) вплив норм та ідентичності;
- В) інформаційні каскади;
- Г) всі відповіді вірні.

23. Інформаційні каскади – це:

- А) сприйняття людиною себе як частини якоїсь групи людей;
- Б) рух слідом за натовпом;
- В) прийняття рішення на основі спостереження за поведінкою інших людей;
- Г) прагнення до рівномірного розподілу наявних благ.

24. Коли люди диспропорційно оцінюють «сьогодні» порівняно з «майбутнім», це прояв:
- А) неприйняття несправедливості;
  - Б) гіперболічного дисконтування;
  - В) рамкового ефекту;
  - Г) інформаційного каскаду.
25. Основними напрямками досліджень у поведінковій економіці є:
- А) ментальні пастки, когнітивні упередження;
  - Б) когнітивне упередження, афективна поведінка;
  - В) евристика, фрейми, ринкова ефективність;
  - Г) евристика, фрейми, ринкова неефективність.
26. Ампліфікація – це:
- А) блок просування до досягнення мети;
  - Б) вкладання в досягнення мети більше зусиль, ніж потрібно;
  - В) пришвидшене досягнення мети;
  - Г) випередження подій.
27. Доходи та виграші дисконтуються індивідами за вищою ставкою, ніж втрати – це прояв:
- А) ефекту маркування;
  - Б) гіперболічного дисконтування;
  - В) дисконтована корисність;
  - Г) пастка реверсії.
28. Поділ ресурсу в такий спосіб, що всі отримувачі вважають, що вони отримали справедливую частку ресурсу – це:
- А) поведінкова теорія ігор;
  - Б) концепція «справедливої рівноваги»;
  - В) теорія соціальних переваг;
  - Г) теорія справедливого розподілу.
29. Критика поведінкової економіки стосується таких сфер як:

- A) методологія її досліджень;
- Б) етичних питань;
- В) обмеженості можливостей прикладного застосування отриманих теорій;
- Г) всі відповіді вірні.

30. Чи є твердження вірним: «Модель дисконтованої корисності враховує психологічні фактори в ставці дисконтування»?

- A) так;
- Б) ні.

31. Що таке патерн?

- A) клітина, що обробляє та передає інформацію;
- Б) сталий спосіб вирішення типової задачі;
- В) процес мислення;
- Г) спосіб пізнання.

32. Дисципліна, яка вивчає, як людський мозок обробляє інформацію та приймає економічні рішення – це:

- A) поведінкова економіка;
- Б) нейроекономіка;
- В) фізіологія;
- Г) психологія.

33. Система мозку людини, що дає можливість прийняти оптимальне рішення, при умові наявності достатньої кількості часу називається:

- A) ірраціональною;
- Б) раціональною;
- В) емоційною;
- Г) підсвідомою.

34. Система мозку людини, що дозволяє приймати більш швидкі і зазвичай цілком адекватні рішення, називається:

- A) раціональною;
- Б) когнітивною;

- В) емоційною;
- Г) підсвідомою.

35. Стан системи, у якому значення кожного окремого критерію, що описує стан системи, може бути поліпшено без погіршення становища інших елементів – це:

- А) Парето-оптимум;
- Б) гра з нульовою сумою;
- В) рівновага Неша;
- Г) гра в ультиматум.

36. Ситуація в грі, від якої жодному з гравців не вигідно відхилитися від правил поодиночі (за умови, що інші учасники гри дотримуються своїх стратегій) – це:

- А) Парето-оптимум;
- Б) гра з нульовою сумою;
- В) рівновага Неша;
- Г) гра в ультиматум.

37. Чи є твердження вірним: «Гени виступають сильнішими подразниками, ніж меми»?

- А) так;
- Б) ні.

38. Певні фізіологічні ознаки конкретного людського організму, отримані ним від народження від біологічних предків – це:

- А) гени;
- Б) меми;
- В) патерни;
- Г) нейрони.

39. Набуті штучні фактори, що впливають на поведінку конкретної людини – це:

- А) гени;
- Б) меми;
- В) патерни;
- Г) нейрони;

40. Поведінка, яка відхиляється від прийнятих у суспільстві норм та правил, називається:

- А) підсвідомою;
- Б) девіантною;
- В) інстинктивною;
- Г) набутою.

41. Синонімом до слова «афективний процес» є:

- А) емоційний процес;
- Б) підсвідомий процес;
- В) когнітивний процес;
- Г) раціональний процес.

42. Синонімом до слова «когнітивний процес» є:

- А) афективний процес;
- Б) пізнавальний процес;
- В) емоційний процес;
- Г) підсвідомий процес.

43. Цілісне відображення ситуацій, предметів і подій, які виникають при їх безпосередньому впливі на рецепторну поверхню – це:

- А) сприйняття;
- Б) мислення;
- В) увага;
- Г) пам'ять.

44. Процес формування і збереження досвіду з минулого, який робить можливим повторне його застосування в своїй діяльності – це:

- А) сприйняття;
- Б) мислення;
- В) увага;
- Г) пам'ять.

45. Кодування належить до:

- А) короткострокової пам'яті;
- Б) довгострокової пам'ять;
- В) короткострокової уваги;
- Г) довгострокової уваги.

46. Основними стратегіями правильного запам'ятовування, щоб відбулося навчання, є:

- А) складання конспектів та схем, перефразовування;
- Б) емоційний спосіб розуміння;
- В) відкликання;
- Г) всі відповіді вірні.

47. Можливість використовувати отриману інформацію та застосовувати її до дуже різноманітних заходів – це:

- А) аналіз;
- Б) синтез;
- В) класифікація;
- Г) узагальнення.

48. До базових видів когнітивних процесів відносять:

- А) відчуття, сприйняття;
- Б) розуміння, мислення;
- В) уява, мова;
- Г) сприйняття, комунікація.

49. До вищих видів когнітивних процесів відносять:

- А) відчуття, сприйняття;
- Б) розуміння, мислення;
- В) пам'ять;
- Г) сприйняття, комунікація.

50. Мислення емоційної людини є:

- А) зв'язним;

- Б) обґрунтованим;
- В) асоціативним;
- Г) розсудливим.

51. Сприймання простору відбувається за участю:

- А) зорового;
- Б) слухового;
- В) кінестетичного;
- Г) всі відповіді вірні.

52. Сприймання руху залежить від:

- А) того, як сприймається рухомий предмет відносно іншого предмета;
- Б) погляду спостерігача;
- В) того, чи рухається ви чи ні;
- Г) мислення спостерігача.

53. Сприймання тривалості залежить від:

- А) ставлення до змісту;
- Б) характеру предмета, що сприймається;
- В) віку спостерігача;
- Г) всі відповіді вірні.

54. Цілеспрямоване, планомірне сприймання об'єктів, у пізнанні яких зацікавлена особистість – це:

- А) мислення;
- Б) спостереження;
- В) сприймання;
- Г) увага.

55. Людям синтетичного типу сприймання та спостереження властива схильність до:

- А) конкретного відображення явищ;
- Б) визначення основної суті;
- В) того, щоб зрозуміти суть явища і фактично його підтвердити;

Г) підвищеної емоційної збудливості.

56. Боязнь потонути при купанні в морі – це:

- А) когнітивна ілюзія;
- Б) фізіологічна ілюзія;
- В) афективна ілюзія;
- Г) фізична ілюзія.

57. Парейдологічні ілюзії – це:

- А) невірні чуттєві враження;
- Б) відчуття, що поруч хтось постійно знаходиться;
- В) спотворення сприйняття мови;
- Г) візерунки, які складаються в мозку в нереальні образи.

58. Когнітивне упередження – це:

- А) відхилення у судженнях;
- Б) розумові шаблони;
- В) створення своєї «суб'єктивної соціальної реальності»;
- Г) всі відповіді вірні.

59. Предмет сприймається важчим, якщо перед цим людина підіймала щось легше і навпаки – це:

- А) ефект контрасту;
- Б) ефект якоря;
- В) ефект спостерігача;
- Г) Стокгольмський синдром покупця.

60. Враження, що привабливі люди більш розумні, благородні та цікаві – це:

- А) ефект спостерігача;
- Б) ефект ореолу;
- В) помилка хайндсайту;
- Г) ефект прожектора.

61. Схильність людини пояснювати вчинки й поведінку інших людей їх особистісними рисами, а особисту поведінку зовнішніми обставинами – це:
- А) ефект ІКЕА;
  - Б) відхилення у бік статус кво;
  - В) гіпотеза справедливого світу;
  - Г) фундаментальна помилка атрибуції.
62. Ефект Данінга Крюгера – це:
- А) бажання людей, щоб речі залишалися приблизно тими ж самими, що й раніше;
  - Б) додання невинувато великого значення речам, в створенні яких бере участь сам споживач;
  - В) люди з низьким рівнем кваліфікації схильні переоцінювати власні знання;
  - Г) дезінформація досягає цілі аудиторії раніше, ніж правда.
63. Безкорисливе бажання приносити іншим людям радість і щастя – це:
- А) праксичні емоції;
  - Б) гностичні емоції;
  - В) глоричні емоції;
  - Г) альтруїстичні емоції.
64. Пізнавальна функція психіки, що формує індивідуальне сприйняття світу, - це:
- А) ілюзія;
  - Б) когніція;
  - В) перцепція;
  - Г) атрибуція.
65. Внутрішня спонукальна сила, яка примушує людину до здійснення певних дій або вести себе певним чином – це:
- А) мотив;
  - Б) мотивація;
  - В) стимул;

Г) інстинкт.

66. Вибіркове відношення особистості до певного об'єкта – це:

- А) мотиви;
- Б) стимули;
- В) інтереси;
- Г) потреби.

67. Яка теорія розглядає мотивацію людської діяльності як функцію так званих первинних позивів?

- А) психоаналізу З.Фрейда;
- Б) стимулювання за Ф. Тейлором;
- В) К. Юнга;
- Г) Е. Фромма.

68. Яка теорія розглядає проблему відчуження людини в суспільно-економічному житті?

- А) психоаналізу З.Фрейда;
- Б) стимулювання за Ф. Тейлором;
- В) К. Юнга;
- Г) Е. Фромма.

69. За якою теорією потреби людей набуваються і вивчаються на основі їх життєвого досвіду?

- А) теорія підкріплення В. Скіннера;
- Б) теорія справедливості Дж. Адамса;
- В) теорія мотивації Д.Мак Клеланда;
- Г) теорія очікування В. Врума.

70. За якою теорією люди постійно знаходяться у стані мотивації, що окрім усвідомлення потреб працівник надіється на справедливу винагороду?

- А) теорія підкріплення В. Скіннера;
- Б) теорія справедливості Дж. Адамса;
- В) теорія мотивації Д.Мак Клеланда;

Г) теорія очікування В. Врума.

71. Самосвідомість – це:

- А) здатність відчувати емоційні стани інших людей;
- Б) здатність свідомо реагувати на зовнішні подразники;
- В) усвідомлення своїх здібностей;
- Г) здатність розпізнавати свої емоційні стани.

72. Здатність відчувати емоційні стани інших людей – це:

- А) самооцінка;
- Б) саморегуляція;
- В) емпатія;
- Г) лідерство.

73. Дохід людей упродовж життя змінюється, але незважаючи на це, люди прагнуть підтримувати рівномірний рівень споживання протягом всіх періодів свого життя – в цьому полягає гіпотеза:

- А) вікіноміка;
- Б) максимізація споживання;
- В) життєвого циклу;
- Г) перманентного доходу.

74. Яким є недолік фреймінгу?

- А) однобічність;
- Б) однорідність;
- В) універсальність;
- Г) системність.

75. Наголошення або на вигоді, або на втраті – це найпоширеніший прояв:

- А) ймовірності;
- Б) порівняння альтернатив;
- В) міжчасового виміру;
- Г) фреймінгу.

76. Чи є дане твердження вірним: «готовність ризикувати залежить від того, чи ризикуємо ми заради досягнення якого-небудь виграшу, придбання або уникнення яких-небудь втрат»?

- А) так;
- Б) ні.

77. Найзначнішими дослідниками з проблеми прийняття економічних рішень є:

- А) Д. Канеман і А. Тверські;
- Б) Дж. Фон Нейман і О. Монгерштейн;
- В) К. Кумбс;
- Г) А. Гелен.

78. Кількісна модель ризику звичайно враховує:

- А) ймовірність небажаного результату;
- Б) ціну втрат;
- В) готовність ризикувати;
- Г) невизначеність;
- Д) психотип.

79. Моральна функція стимулювання полягає у:

- А) підвищенні ефективності виробництва;
- Б) створенні необхідного морально-психологічного клімату;
- В) формуванні витрат працівників;
- Г) формуванні доходів працівників.

80. Мотиваційний механізм не включає:

- А) очікування;
- Б) установки;
- В) емоції;
- Г) стимули.

81. Модель процесу розв'язання якої-небудь нової задачі, що спирається на так званий метод проб і помилок, - це:

- А) лабіринтна модель;

- Б) семантична модель;
- В) структурна модель;
- Г) модель сліпого пошуку.

82. Наука, яка вивчає творчу діяльність, методи, які використовуються у відкритті нового і в навчанні – це:

- А) евристика;
- Б) когнітивна наука;
- В) поведінкова економіка;
- Г) соціологія.

83. Ефект "труднощі - легкості" полягає в:

- А) в більшості випадків люди переоцінюють правильність своїх рішень;
- Б) оцінці людьми правильності ухваленого рішення залежно від важкості розв'язуваної задачі;
- В) будь-який зовнішній тиск, який виражається в обмеженні свободи дій чи вибору, породжує сильну відповідну реакцію з боку людини;
- Г) люди переоцінюють значимість тієї альтернативи чи ідеї, яка першою прийшла їм у голову при вирішенні проблеми.

84. Когнітивний дисонанс – це:

- А) суб'єктивна оцінка ймовірності випадкової події;
- Б) тенденція людини сприймати номінальну, а не реальну кількість грошей;
- В) протиріччя між наявними знаннями і новою інформацією;
- Г) різновид позитивного мислення.

85. Коли люди переоцінюють значимість тієї альтернативи чи ідеї, яка першою прийшла їм у голову при вирішенні проблеми, це є:

- А) інерційним ефектом;
- Б) реактивним ефектом;
- В) якірним ефектом;
- Г) валентним ефектом.

86. Підприємництво – це:

- А) характеристика поведінки людини;
- Б) особлива форма соціально-економічної діяльності;
- В) особливість розуму і людської натури;
- Г) всі відповіді вірні.

87. Чи є дане твердження вірним: «Підприємці – це особливий тип людей, які виконують функцію новаторів»?

- А) так;
- Б) ні.

88. Психологічною особливістю підприємців за Д. Макклеландом є:

- А) низький рівень ризикованості;
- Б) високий рівень усвідомлення проблем;
- В) авантюрна уява та азарт;
- Г) високий рівень мотивації досягнення
- Д) всі відповіді вірні.

89. Інтернальний тип управління означає:

- А) покладатися на свої сили та брати відповідальність за хід ситуації на себе;
- Б) чутливість до сприйняття нових стимулів;
- В) розвинений внутрішній контроль управління ситуаціями;
- Г) високе емоційно-психічне напруження.

90. Тип підприємця, обдарований талантом співчувати іншим людям, переживати, піклуватися про них – це:

- А) підприємець-одинак;
- Б) суперпродавець;
- В) природжений менеджер;
- Г) генератор ідей.

91. Тип підприємця, який любить діяти від імені громадськості, відчуваючи себе частиною всього співтовариства, - це:

- А) підприємець-одинак;
- Б) суперпродавець;

- В) природжений менеджер;
- Г) генератор ідей.

92. Основні розходження між підприємцем і менеджером відповідно до провідних психологічних якостей можна позначити за допомогою двовимірної моделі, в основі якою лежать:

- А) пошук новизни та цілеспрямованість діяльності;
- Б) відповідальність та прийняття ризику;
- В) пошук новизни та лідерство;
- Г) лідерство та відповідальність.

93. Мотивом підприємницької діяльності в економічній теорії є:

- А) прагнення до влади;
- Б) воля до перемоги;
- В) радість творчості;
- Г) всі відповіді вірні.

94. Психологічний стереотип людини «грошовий консерватизм» полягає у:

- А) сприйнятті номінальної, а не реальної кількості грошей;
- Б) емоційній насиченості ставлення людей до грошей;
- В) опорі будь-яким грошовим реформам, навіть якщо вони корисні;
- Г) засудженні запозичення грошей.

95. Стереотип переважної цінності грошей полягає у тому, що:

- А) люди використовують різні правила щодо поводження з грошима;
- Б) гроші цінніші, ніж товари аналогічної вартості;
- В) психологічне «забарвлення» грошей пов'язане з джерелом походження конкретної суми;
- Г) ставлення до грошей залежить від конкретних цілей їх використання.

96. Стереотип розміру грошей полягає у тому, що:

- А) люди використовують різні правила щодо поводження з грошима;
- Б) гроші цінніші, ніж товари аналогічної вартості;

- В) психологічне «забарвлення» грошей пов'язане з джерелом походження конкретної суми;
- Г) ставлення до грошей залежить від конкретних цілей їх використання.

97. Які фактори впливають на ставлення до грошей?

- А) стать та вік;
- Б) соціокультурні та особистісні особливості;
- В) вид трудової діяльності;
- Г) рівень доходу;
- Д) всі відповіді вірні.

98. Чи є дане твердження вірним: «Із зростанням доходу схильність людей приховувати величину своїх доходів зменшується»?

- А) так;
- Б) ні.

99. Для типу споживача «емоційний споживач» характерним є сприйняття грошей як:

- А) символу влади;
- Б) символу свободи;
- В) символу безпеки;
- Г) символу любові.

100. Для типа податкової поведінки «опортуніст-максимізатор» характерним є:

- А) мінімізація податків тільки в рамках правил гри;
- Б) відсутність прагнення мінімізації податків;
- В) вибір компромісної суми податків;
- Г) мінімізація всіх витрат, пов'язаних зі сплатою податків.

101. Для типа податкової поведінки «законослухняний тип платника податків» характерним є:

- А) мінімізація податків тільки в рамках правил гри;
- Б) відсутність прагнення мінімізації податків;
- В) вибір компромісної суми податків;

Г) мінімізація всіх витрат, пов'язаних зі сплатою податків.

102. Норми, відносини і переконання, що поділяються податковими органами та платниками податків у кожній нації – це:

- А) податковий менталітет;
- Б) податкова поведінка;
- В) особиста податкова етика;
- Г) податкова норма.

103. Чи є дане твердження вірним: «Сильна конфронтація платників податків з податковими органами веде до відчуження і зменшує готовність платника податків дотримуватися податкових вимог»?

- А) так;
- Б) ні.

104. Податкова стратегія капітулянтів полягає передбачає, що:

- А) сплата податків є їх моральним обов'язком;
- Б) податкові органи будуть діяти ефективно і якщо індивід йде на співпрацю – схильні співпрацювати;
- В) податкові органи повністю задовольнити неможливо;
- Г) податкові органи добровільно не співпрацюють із бізнесом.

105. Відносини, що виникають з приводу розподілу в суспільстві каналів доступу до життєвих благ і способів їх привласнення, це:

- А) виробничі відносини;
- Б) розподільчі відносини;
- В) обмінні відносини;
- Г) споживчі відносини.

106. Соціально-економічна група, яка довгостроково існує і добре інтегрована в соціально-економічну систему, - це:

- А) нова група;
- Б) традиційна група;
- В) проблемна група;

Г) відкрита група.

107. Група, що займає проміжну позицію в соціально-економічній структурі і сполучає у собі риси декількох груп, - це:

- А) перехідна група;
- Б) проблемна група;
- В) маргінальна група;
- Г) неформальна група.

108. Соціальне паразитування виникає, коли:

- А) люди працюють поруч і виконують завдання;
- Б) внесок кожного з членів колективу у остаточний результат не піддається точній оцінці;
- В) підвищується активність індивіда в умовах здійснення діяльності в групі;
- Г) люди використовують один одного у контексті соціального порівняння для оцінки своєї продуктивності.

109. Поліпшення продуктивності при виконанні якоїсь задачі в присутності інших людей – це:

- А) соціальне гальмування;
- Б) соціальне паразитування;
- В) соціальна належність;
- Г) соціальне сприяння.

110. Аспекти соціальної і особистої «міфотворчості» з приводу підприємництва, цінності праці, матеріального блага тощо за типологією психологічних бар'єрів відносяться до:

- А) бар'єрів «особистої ініціативи»;
- Б) бар'єрів «помилкової установки»;
- В) бар'єрів автономності;
- Г) бар'єрів сприйнятливості до нового.

111. Зменшення середнього індивідуального внеску в групову роботу зі збільшенням кількості членів групи називається:

- А) ефектом фасилітації;
- Б) ефектом групової належності;
- В) ефектом Рінгельмана;
- Г) ефектом синергії.

112. Тенденція сприяти членам своєї групи на відміну від членів чужої групи – це:

- А) ефект фасилітації;
- Б) ефект синергії;
- В) ефект групового фаворитизму;
- Г) ефект моди.

113. Груповий егоїзм - це:

- А) зміна групової активності залежно від різних стимулів;
- Б) почуття належності до групи і відповідно відстороненості, відокремлення від інших;
- В) коли цілі та цінності групи стають важливішими за суспільні цінності та цілі;
- Г) тенденція сприяти членам своєї групи на відміну від членів чужої групи.

114. Пасивне прийняття існуючого порядку речей, пануючої думки – це:

- А) конформізм;
- Б) абсолютизм;
- В) просоціальність;
- Г) альтруїзм.

115. Чи є дане твердження вірним: «Корупція є соціальним явищем і вона існує відокремлено від людей – їх поведінки, діяльності»?

- А) так;
- Б) ні.

## V. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

### Соціально-економічний експеримент

*Теоретична інформація [15].* Експеримент - це метод збору і аналізу емпіричних даних, спрямований на перевірку гіпотез щодо причинних зв'язків між явищами.

Зазвичай ця перевірка проводиться шляхом втручання експериментатора в природний хід подій.

Соціологічний експеримент являє собою різновид поглибленого аналітичного соціологічного дослідження та одночасно метод збору інформації про чинники, що впливають на стан тих чи інших соціальних явищ і процесів, а також про ступінь і результати цього впливу.

Експеримент в соціології виконує дві основні функції: 1) перевірка наукової гіпотези; 2) досягнення ефекту в практично-перетворювальній діяльності.

В першому випадку експеримент цілком зосереджений на пізнавальному результаті й виступає в якості найкращого та найбільш точного способу перевірки гіпотези дослідження.

У другому випадку експеримент націлений на отримання практичного ефекту управління деякими процесами. Пізнавальні результати представляють тут побічний продукт управлінського ефекту.

Логіка експериментального аналізу була запропонована Дж. Стюартом Міллем ще в ХІХ ст. За так званим правилом згоди Мілля встановлюють зв'язок між двома (або більше) рядами подій, які розглядаються як гіпотетичні причини, і, з іншого боку, подією як можливим наслідком причинних, чинників.

Якщо в одному ряду фіксуються події А, В, С, D і як наслідок – Е, а в іншому ряду L M, N, С, і як наслідок – знову Е, то причиною події Е буде, скоріше за все – С.

Решта подій (А,В, D, L, M, N) зустрічаються в одному ряду, але не зустрічаються в іншому. Правило відмінності Мілля використовується для перевірки гіпотези і в зворотному порядку: «не-С» має спричинити за собою подію «не-Е», що логічно очевидно. Така загальна логіка експериментального аналізу. Вона реалізується в усіх видах експерименту.

Планування експерименту та відбір учасників Таким чином загальна логіка експерименту полягає в тому, щоб, вибравши експериментальну групу і помістивши її в експериментальну ситуацію (під вплив певного чинника), простежити напрямок, масштаби і стійкість зміни характеристик, які називаються контрольними.

У цьому сенсі експеримент являє собою «замкнуту систему», елементи якої починають взаємодіяти за написаним дослідником «сценарієм».

При формуванні експерименту слід дотримуватися трьох вимог.

По-перше, в якості контрольних вибираються характеристики, найважливіші з точки зору досліджуваної проблеми.

По-друге, зміна контрольних характеристик повинна залежати від тих характеристик експериментальної групи (або середовища проведення експерименту), які вводяться або змінюються дослідником. Такі характеристики називаються факторними. Характеристики, «які беруть участь» в експерименті, але не впливають на загальний результат зветься нейтральними.

По-третє, на протікання експерименту не повинні впливати ті явища, які не належать до експериментальної ситуації, але потенційно здатні змінити її.

Такі умови досить важко забезпечити, тому проведення експерименту передбачає ретельну підготовку.

Підготовка і проведення експерименту – це послідовне вирішення ряду питань:

- визначення цілей експерименту;
- вибір експериментальної (а також контрольної) групи чи об'єкта;
- виділення предмета експерименту;
- вибір контрольних, факторних і нейтральних ознак;
- визначення умов експерименту й створення експериментальної ситуації;
- формулювання гіпотез і визначення завдань;
- вибір індикаторів і способу контролю протікання експерименту;
- визначення методу фіксації результатів;
- перевірку ефективності експерименту.

Труднощі у проведенні експерименту Експериментальний метод дозволяє отримувати достовірні результати, які можна успішно застосовувати в практичній діяльності, наприклад для підвищення ефективності функціонування соціальних груп, організацій, інститутів. Однак в процесі застосування

експериментального методу важливо враховувати не тільки достовірність даних, а й моральні і правові норми, а також інтереси і прагнення людей, які беруть участь в дослідженні.

Експеримент у соціологічних дослідженнях завжди пов'язаний із значними труднощами і вимагає від експериментатора не тільки належного володіння технікою його проведення, а передусім уміння правильно його спланувати (сконструювати загальну гіпотезу, обрати логічну схему, яка визначає характер процедур і порядок різних етапів експерименту, скласти репрезентативну вибірку дослідження тощо). На достовірність і надійність отриманих даних впливає й особистість експериментатора, його вміння працювати з об'єктом дослідження а також добровільна згода досліджуваних на участь у експерименті.

Експеримент в соціологічних дослідженнях проводиться відносно рідко, оскільки його використання для збору соціологічної інформації пов'язане з чималими труднощами. Проте віддача від нього може бути досить високою.

Основні проблеми, що виникають при проведенні соціологічних експериментів:

- результати експерименту в інших умовах середовища чи в реальних умовах (якщо експеримент був лабораторним) не завжди можуть бути надійними і повторюваними, тобто поширення результатів на генеральну сукупність може бути помилковим;
- важко нівелювати як вплив сторонніх чинників, так і внутрішні фактори (наприклад позиція чи цінності самого експериментатора чи обізнаність досліджуваних з метою експерименту), що можуть вплинути на достовірність кінцевого результату;
- можливі значні часові та фінансові витрати; - етичні проблеми (оскільки соціологічні експерименти проводяться з людьми та соціальними групами) [15].

**Практичне завдання.** Провести два експерименти, проаналізувати дані, зробити висновки.

### **Експеримент №1. «Список».**

*Вихідні умови:* провідні поведінкові економісти упродовж своєї дослідницької кар'єри ведуть списки життєвих ситуацій, в яких описують поведінку людей. Експериментатор (студент) має провести експеримент зі

складання такого «Списку» впродовж періоду вивчення курсу «Поведінкова економіка».

*Зміст експерименту:* обрати три сфери, в яких буде проводитися експеримент для спостереження за поведінкою реальних людей (10 людей) із занотовуванням і описом різних життєвих ситуацій, що пов'язані з прийняттям рішень, вибором, економічних рішень з емоційними складовими, когнітивними аспектами поведінки, евристичними способами прийняття рішень та оцінки життєвих ситуацій за обраними трьома сферами.

*Приклад сфер:* сфера фінансів, сфера трудового колективу, сфера власності, сфера торгівлі, сфера оподаткування тощо.

*Результати експерименту:*

1) дослідник має виділити закономірності поведінки суб'єктів, схожі та відмінні поведінкові ситуації у прийнятті рішень, виявити рівень впливу емоцій на прийняття рішень тощо;

2) зробити висновки і узагальнення з експерименту, запропонувати напрями використання результатів проведеного експерименту в практиці економічного аналітика.

## **Експеримент №2. «Суспільне благо».**

*Вихідні умови:* експериментальним шляхом провести оцінку вартості (ціни) суспільного блага.

*Зміст експерименту:* експериментатор обирає об'єкт дослідження (наприклад, будівництво спортивного майданчика, дитячого садка, установку пандусів в районі міста, оздоровлення дітей, вартість навчання в університеті тощо), розробляє програму польового експерименту (анкетування, цільова аудиторія) відповідно до методологічних принципів і методик поведінкової економіки оцінює вартість (цінність) суспільного блага на основі проведеного експерименту, робить висновки із вибірки опитаних респондентів.

*Результати експерименту:* обробити результати, узагальнити, інтерпретувати, представити у звітній формі.

**Вимоги до виконання.** На отримання балів за індивідуальну роботу впливають такі чинники, як: своєчасність виконання завдань, повнота, якість, самостійність та правильність їх виконання, творчий підхід, ініціативність та креативність у роботі.

Обсяг роботи – до 20 стор. (по 10 стор. на кожен експеримент).

Шрифт – Times New Roman 14. Інтервал – 1,5.

*Структура роботи:*

Прізвище, ім'я студента, навчальна група.

***Експеримент №1***

- назва експерименту;
- зміст експерименту;
- супутні вихідні дані (анкета, кількість опитаних, місце проведення, форма проведення, термін проведення...);
- результати опитування (графічно, таблично, структуровано подані зібрані дані, опрацьовані та приведені у логічну структуру);
- закономірності поведінки суб'єктів, групування суб'єктів за схожими результатами (3 групи), наведення характерних рис кожної підгрупи..., виявлення впливу емоцій на результати опитування..., виявлення когнітивних упереджень...;
- висновки (напрями використання результатів проведеного експерименту, рекомендації з нівелювання впливу сторонніх факторів, емоцій на результат).

***Експеримент №2***

- структура аналогічна до Експерименту №1.

## VI. ПОТОЧНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Відвідування занять та норми поведінки. Відвідування занять є вільним, бали за присутність на лекціях та практичних заняттях не додаються. Втім, вагома частина рейтингу формується через активну участь у заходах на практичних заняттях, а саме за участі у ділових іграх, аналізі конкретних ситуацій, груповій та індивідуальній роботі. Тому пропуск практичного заняття знижує можливість здобувача отримати рейтингові бали.

Користуватись мобільним телефоном на заняттях можна лише у беззвучному режимі. Норми етичної поведінки визначені у Кодексі честі (<https://kpi.ua/code>). В університеті здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>).

**Дистанційний режим навчання.** У разі запровадження обмежень на відвідування університету, пов'язаних з введенням карантину або режиму воєнного стану в державі, освітній процес проваджується у дистанційному режимі відповідно до Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>), Регламенту організації освітнього процесу в дистанційному режимі (<https://profkom.kpi.ua/reglament-organizatsiyi-osvitnogo-protsesu-v-distantiynomu-rezhimi/>) та Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>).

Дистанційний курс дисципліни розміщено на Платформі дистанційного навчання «Сікорський» (<https://www.sikorsky-distance.org>). Дистанційні заняття проводяться у вигляді онлайн-конференції з використанням програми для організації відеоконференцій Zoom. Посилання на конференцію надається здобувачам на початку семестру. Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

**Політика оцінювання контрольних заходів.** Оцінювання контрольних заходів відбувається відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає не менше 60% від балів, визначених для цього контрольного заходу, а негативний

результат оцінюється в 0 балів. Семестровий контроль проводиться у формі заліку за РСО-1 (першого типу), що передбачає оцінювання заходів поточного контролю з дисципліни впродовж семестру.

Рейтингова оцінка здобувача складається з балів, отриманих здобувачем за результатами заходів поточного контролю, заохочувальних та штрафних балів.

Рейтингова оцінка доводиться до здобувачів на останньому занятті з дисципліни в семестрі. Здобувачі, які виконали всі умови допуску до екзамену та мають рейтингову оцінку 30, готуються до складання екзамену на екзаменаційній сесії.

Результати оцінювання висвітлюються у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

**Правила зарахування індивідуальних завдань.** Обґрунтоване і аргументоване викладення опрацьованої теоретичної, прикладної та аналітичної складової в розрахунковій роботі, аргументоване відстоювання власних висновків.

**Заохочувальні та штрафні бали.** Заохочувальні бали здобувач може отримати за участь у конкурсах наукових робіт за тематикою дисципліни або за поглиблене вивчення окремих тем, результати якого представлені у вигляді наукових тез, есе, презентації, наукової статті тощо, проходження онлайн курсів за тематикою дисципліни. Штрафні бали нараховуються за несвоєчасне виконання індивідуального семестрового завдання. Заохочувальні та штрафні бали не входять до основної шкали РСО, а їх максимальна сума складає 5 балів.

**Політика дедлайнів та перескладань.** МКР складаються лише у призначений день. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня. Невиконання завдань, а також порушення термінів їх виконання з неповажних причин не надасть можливості набрати відповідні бали рейтингу. Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>).

**Оскарження результатів контрольних заходів.** У випадку незгоди здобувача з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати

апеляцію у день оголошення результатів на ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

**Визнання результатів навчання, набутих у неформальній або інформальній освіті.** Порядок визнання таких результатів регламентується Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>). Можуть бути зараховані окремі теми дисципліни. В такому разі здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

«Вступ до споживчої нейронауки та нейромаркетингу»  
<https://www.coursera.org/learn/neuromarketing#modules>

«Поведінкові фінанси» <https://www.coursera.org/learn/duke-behavioral-finance#modules>

«Створення змін у поведінці» <https://www.coursera.org/learn/behavioral-change#modules>

«Критичне мислення в українському контексті»  
[https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+СТИUC101+2022\\_T2\\_3](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+СТИUC101+2022_T2_3)

**Академічна доброчесність.** При оцінювання робіт здобувачів особлива увага приділяється дотриманню політики академічної доброчесності (<https://kpi.ua/academic-integrity>). В разі виявлення дублювання робіт, такі роботи отримують нульовий рейтинг. При виявленні значного рівня запозичень в розрахунковій роботі або інших роботах без належного цитування, роботи не оцінюються і повертаються здобувачу на доопрацювання.

**Види контролю.** Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи другого типу згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (PCO-2). Розмір стартової складової дорівнює 50 балів, екзаменаційної складової – 50 балів. Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів.

Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від його рейтингового балу.

Оцінювання ґрунтується на застосування рейтингової системи оцінювання, яка передбачає систематичну роботу студентів протягом семестру і складається з наступних заходів:

1. *Тестування за темами лекції.* Ваговий бал – 2. Максимальна кількість балів дорівнює 2 бали x 5 тестувань = 10 балів. В кожному тесті по 8 питань, які оцінюються у 0,25 балів кожне.

2. *За роботу студентів на практичних заняттях* (робота в малих групах, аналіз конкретних ситуацій, прийняття участі у кейсах, презентація), нараховується 3 бали. Максимальна кількість балів за роботу на всіх практичних заняттях дорівнює: 2 бали x 10 = 20 балів.

2 бали – завдання виконане без помилок у повному обсязі, усі елементи є обґрунтованими та якісно представленими;

1 бали – наявні певні недоліки у підготовці та/або виконанні завдання, які суттєво не впливають на його результат;

0 балів – завдання не виконане.

3. *Модульна контрольна робота.* Ваговий бал – 10 балів.

МКР передбачає:

– надання відповіді на 20 тестових питань (рейтинговий бал за кожну правильну відповідь – 0,25);

– надання відповіді на 2 аналітичних завдання відкритого типу (рейтинговий бал 2,5):

2,5 балів – повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації);

2 бали – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), або повна відповідь з незначними неточностями;

1,5 бали – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації);

1 бал – незначні помилки (не менше 30% потрібної інформації);

0,5 бали – не відповідає вимогам на «задовільно»;

0 балів – відповідь не надана.

4. *Розрахункова робота.* Ваговий бал – 10 балів.

10 балів – продемонстровано творчий підхід до розкриття теми, ґрунтовно розкрито тему з економічним обґрунтуванням запропонованих заходів;

9-8 балів – повністю розкрито тему, однак рекомендації та економічне обґрунтування не достатньо розкриті, робота здана невчасно;

7 балів – тему розкрито з певними недоліками, не відображено або не обґрунтовано або власну позицію, робота здана невчасно;

6 балів – тему розкрито фрагментарно або на основі застарілих даних, запропоновані заходи та економічне обґрунтування не достатньо розроблені та опрацьовані, роботу здано невчасно;

5-1 балів – тему розкрито частково на основі компіляції теоретичних матеріалів без власного обґрунтування, власна позиція не відображена, відсутні власні висновки;

0 балів – робота не зарахована, наявний плагіат, тему не розкрито.

5. *Екзамен* - семестровий контроль, умовою допуску до якого є зарахування індивідуального завдання і стартовий рейтинг здобувача не менше 30 балів (максимальний бал – 50).

Екзаменаційна робота передбачає:

– надання відповіді на 30 тестових питань (рейтинговий бал за кожен правильну відповідь – 1);

– виконання 2 аналітичних завдань (рейтинговий бал – 10, критерії оцінювання подані в п. 4).

Максимальний бал за курс – 100 балів.

Для отримання «атестовано» з першого календарного контролю (8 тиждень) студент має мати не менше, ніж 60% від максимальної кількості можливих балів, що надавалися за завдання.

Для отримання «атестовано» з другого календарного контролю (14 тиждень) студент має мати не менше, ніж 60% від максимальної кількості можливих балів, що надавалися за завдання.

Умовами допуску до семестрового контролю є: виконання індивідуальної роботи, написання МКР, семестровий рейтинг не менше 30 балів.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

## VII. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

### *Базова література:*

1. Поведінкова економіка: дистанційний курс для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент / уклад.: Кузнєцова К.О., Ченуша О.С.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2023. URL: <https://do.ipu.kpi.ua/course/view.php?id=6281>
2. Аріелі Д. Передбачувана ірраціональність / пер. з англ. Л: Видавництво Старого Лева, 2018. 286 с.
3. Економічна психологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г.В.Ложкін, В. Л. Комаровська. К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2014. 412 с. URL: <http://portal.iapm.edu.ua/portal/media/books/3e6fc168da3545918f56cc8d29744ad0.pdf>
4. Канеман, Д. Мислення швидко й повільно / пер. з англ. М. Яковлєва. Київ: Наш Формат, 2017. 480 с.
5. Талер Р. Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду / пер. з англ. Світлана Крикуненко. Київ: Наш Формат, 2021. 464 с.
6. Поведінкова економіка: від теорії до практики: міждисциплінарний навчальний посібник. За науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. Трускавець: ПОСВІТ, 2022, 408 с.
7. Поведінкова економіка: методичні рекомендації до практичних завдань для студентів усіх спеціальностей другого (магістерського) рівня / уклад. В. В. Ушкальов. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнєця, 2018. 49 с.

### *Додаткова література:*

8. Івашук, Ю. П. Поведінкова та експериментальна економіка: навч. посіб. / Ю. П. Івашук. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2017. 120 с.
9. Безгін К. С., Ушкальов В. В. Поведінкова економіка: епістемічний поворот у трактуванні раціональності. Економіка України. 2019. № 7-8. С. 3-15. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk\\_2019\\_7-8\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2019_7-8_3)
10. Економічна психологія: навч. посіб. / за заг. ред. Бутка М. П. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 232 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Butko\\_Mykola/Ekonomichna\\_psykholohiia.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Butko_Mykola/Ekonomichna_psykholohiia.pdf)

11. Історія інформаційно-психологічного протиборства : підруч.; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є.Д. Скулиша. К. : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. 212 с.
12. Канюк С. Психологія мотивації: навч. посіб. Київ: Либідь, 2002. 304 с.
13. Емоційний інтелект лідера у сфері бізнесу : навчальний посібник / А. Є. Книш; за заг. ред. О. Г. Романовського, С. В. Калашникової. К. : ДП «НВЦ «Пріоритети». 2016. 40 с.
14. Кравченко М. О., Голюк В. Я. Прийняття управлінських рішень: сутність та сучасні тенденції розвитку. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-40-37
15. Крикун, В. А. Теорія поведінкової економіки в дослідженні українського банківського ринку за роки незалежності/ Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24 (1). С. 18-22. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2017\\_24\(1\)\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24(1)_6)
16. Кузнєцова К.О., Ченуша О.С. Емоційний інтелект в поведінковій економіці. Економічний Вісник НТУУ «КПІ». 2023 (26). С. 14-17. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/287403/281304>
17. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі: навч. посіб. Київ: ВІКНУ, 2016. 286 с.
18. Прочан А. О. Аналіз теорій поведінкової економіки. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво: науково-виробничий журнал. 2014. № 5. С. 107-110.
19. Прийняття управлінських рішень. Навчально-методичний комплекс дисципліни: навчальний посібник для студентів спеціальності «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Укладачі: М. О. Кравченко, В. Я. Голюк. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 56 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/4983>
20. Санстейн Кас, Талер Річард. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір / пер. Ольга Захарченко. К.: Наш Формат, 2017. 312 с.
21. Теорія прийняття рішень: підручник; за заг. ред. Бутка М. П. К. : «Центр учбової літератури», 2015. 360 с.
22. Експеримент як метод збору соціологічної інформації. URL: [https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/726905/mod\\_resource/content/0/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F.%20%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0.%20%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/726905/mod_resource/content/0/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F.%20%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0.%20%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf)