

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „СОЦИАЛНИ И ХУМАНИТАРНИ НАУКИ“**

---

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ИКОНОМИЧЕСКА ПСИХОЛОГИЯ”;**

**ЗА СПЕЦ: всички специалности (без сп. „Информатика“); ОКС „бакалавър“**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 3;**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ:120 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.**

**КРЕДИТИ: 6**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	60	

**Изготвили програмата:**

1. ....  
(доц. д-р Р. Стойнешка )

2. ....  
(ас. Б. Василев)

**Ръководител катедра: ...**  
(доц. д-р Н. Михалева)

## АНОТАЦИЯ

Курсът на обучение по дисциплината „Икономическа психология” има за цел да разгледа психологическите проблеми на икономическото поведение на хората в тяхната икономическа дейност.

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

Първо, икономическата психика и икономическото поведение на индивидуално равнище. Разкрива се мотивационната структура на индивида, неговия характер, способности, нагласи за труд и удовлетвореност от труда. Разглеждат се теориите, които разкриват психологическите параметри на активността и професионалната пригодност, както и психологическите механизми чрез които се влияе върху трудовото и пазарното поведение на хората.

Второ, психологическият аспект на икономическото поведение от гледна точка на социално-психологическите взаимодействия и отношения между индивидите в социалните групи като субекти на икономическа дейност.

Трето. Дисциплината включва изучаването и на психологическите параметри на потребителското поведение.

Четвърто. Важна предпоставка за успеха в бизнес дейността са комуникативните умения. В този аспект се разглеждат проблемите на деловото общуване, някои изисквания и правила при провеждане на делови разговори.

**Приложение на знанията и уменията.**

- Запознава студентите с психологическите параметри на индивидуалното и групово поведение на хората като предпоставка за успешна бизнес дейност.
- Прави характеристика на личността на съвременния предприемач и мениджър от гледна точка на добро самоосъзнаване и познание на другите за да може успешно да се управлява тяхната дейност.
- Изгражда умения за делово поведение.
- Развива у студентите умения за практическо приложение на получените знания, умения за самопознание и познание на другите, за делово поведение.

Дисциплината изгражда психологическа култура за познаване психологията на личността, характера на човешките отношения в деловата сфера и възможностите да се влияе върху тях. Това дава възможност за разширяване на знанията и формиране на нови умения.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ПСИХОЛОГИЯТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
1.1	Психологията като наука			
1.2	Предмет и задачи на икономическата психология			
1.3	Методи на психологически изследвания			
<b>ТЕМА 2. ЛИЧНОСТТА В ИКОНОМИЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
2.1	Теории за личността			

2.2	Динамични свойства, темперамент Екстраверсия, интроверсия			
2.3	Когнитивни (познавателни) стилове			
<b>ТЕМА 3. ИКОНОМИЧЕСКО ПОВЕДЕНИЕ НА ЛИЧНОСТТА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
3.1.	Определение за понятието „поведение”			
3.2.	Трудовото поведение като предпоставка за икономическо поведение			
3.3.	Роля на труда в живота на човека Трудово поведение			
3.4.	Ценности и ценностна система			
3.5.	Трудова активност			
3.6.	Удовлетвореност и включеност в труда			
<b>ТЕМА 4. ИНДИВИДУАЛНИ ПАРАМЕТРИ НА ТРУДОВОТО ПОВЕДЕНИЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
4.1.	Способности			
4.2.	Професионална пригодност			
4.3.	Ценности и нагласи			
4.4.	Аз-ът на личността и поведението			
<b>ТЕМА 5. МОТИВАЦИЯ И ПОВЕДЕНИЕ НА ЛИЧНОСТТА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
5.1.	Роля и значение на потребностите			
5.2.	Същност на мотивите Видови мотиви Функции			
5.3.	Мотивационни теории за трудовото поведение на човека			
5.4.	Индивидуално икономическо поведение Личностни параметри на бизнес поведението			
<b>ТЕМА 6. ИКОНОМИЧЕСКО ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
6.1.	Аспекти на разглеждане на икономическото поведение на потребителите			
6.2.	Психологически фактори влияещи върху потребителското поведение			
6.3.	Модели на потребителско поведение			
<b>ТЕМА 7. ПСИХОЛОГИЯ НА РЕКЛАМАТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
7.1.	Рекламата като средство за въздействие и влияние			
7.2.	Етапи на рекламно въздействие			
7.3.	Оптимизация на рекламата			
<b>ТЕМА 8. ГРУПИ И ГРУПОВО ПОВЕДЕНИЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
8.1.	Понятие за група, видове групи Трудова група			
8.2.	Характеристика на групата			
8.3.	Групови процеси			
8.4.	Етапи в развитието на групата			
<b>ТЕМА 9. ЛИДЕРСТВОТО В ИКОНОМИЧЕСКАТА СИТУАЦИЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
9.1.	Феноменология на лидерството в трудовата група			
9.2.	Теории за лидерството			
9.3.	Стил на лидерство			

<b>ТЕМА 10. КОНФЛИКТНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ТЯХНОТО РАЗРЕШАВАНЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
10.1.	Конflikта в икономическата дейност			
10.2.	Същност на конфликта Видове конфликти			
10.3.	Модел на конфликтна ситуация Развитие и стадии на конфликта			
10.4.	Разрешаване и преодоляване на конфликтите в икономическата дейност			
<b>ТЕМА 11. ДЕЛОВО ОБЩУВАНЕ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
11.1.	Същност и характер на общуването. Общуване в икономическата ситуация.			
11.2.	Функции на общуването: комуникативна, интерактивна, перцептивна			
11.3.	Вербално и невербално общуване			
11.4.	Умения и правила за делово общуване. Психология на директния и индиректния контакт Стратегии за психологическо въздействие			
Общо:		30	30	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№ по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Казуси	<b>5</b>	<b>10</b>
1.2.	Доклад	<b>1</b>	<b>10</b>
1.3.	Контролно	<b>1</b>	<b>10</b>
1.4.			
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>7</b>	<b>30</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)	<b>1</b>	
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>			<b>30</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Кръстев, Л., Психологически особености на икономическата власт и икономическата зависимост. Годишник по психология, 2012
2. Стойнешка, Р., Икономическа психология. Варна: Наука и икономика, 2014

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Кръстев, И., Личност и асертивност в бизнеса. Унив. изд. Неофит Рилски, 2014
2. Кръстев, И., Познанието и възприятието като когнитивни процеси, влияещи върху поведението на потребителите. Годишник по психология, 2012
3. Паунов, М. Организационно поведение. Сиела, 2013
4. Проданов, М., Психология на убеждаването и влиянията. Пловдив, 2011
5. Спасова, А., Обществени нагласи към рекламата, в „Приложна психология и социална практика”. Варна, ВСУ „Черноризец Храбър”, 2012
6. Стоянов, В., Организационна психология. Варна, ВСУ „Черноризец Храбър”, 2014
7. Фърман, Е., Индивидуалните различия на работното място. София „Изток – запад” 2012