

Доц. д-р Райна Стойнешка

ИКОНОМИЧЕСКА ПСИХОЛОГИЯ

2014

Издаелство “Наука и икономика“
Икономически университет - Варна

Тази книга или части от нея не могат да бъдат размножавани, разпространявани по електронен път и копирани без писменото разрешение на издателя.

© Райна Стойнешка, автор, 2014.

© Издателство “Наука и икономика”, 2014.

ISBN 978-954-21-0753-8

Съдържание

Въведение	8
-----------------	---

Глава първа

Личността в икономическата дейност	11
---	-----------

1. Теории за личността.....	14
2. Динамични свойства. Темперамент	26
3. Екстраверсия и интроверсия	37
4. Когнитивни (познавателни) стилове	47
5. Характерологични особености на личността	51

Глава втора

Икономическо поведение на личността	55
--	-----------

1. Относно понятието „поведение”.....	55
2. Трудовото поведение като предпоставка на икономическото поведение	56
2.1. Роля на труда в живота на човека	56
2.2. Трудово поведение	59
2.3. Ценности и ценностна система.....	60
2.4. Трудова активност	61
2.5. Удовлетвореност и включеност в труда	64
3. Индивидуални параметри на трудовото поведение	66
3.1. Способности	66
3.2. Професионална пригодност	67
3.3. Ценности и нагласи	69
3.4. Мотивация и поведение на личността	70
3.5. Аз -ът на личността и поведението	94
5. Индивидуално икономическо поведение	101
6. Личностни параметри на бизнес поведението	104

Глава трета
Групи и групово поведение 113

1. Понятие за група. Видове групи	113
2. Трудова група.....	116
2.1. Класификация на трудовите групи.....	118
3. Характеристика на групата.....	120
4. Групови процеси.....	126
5. Етапи в развитието на групата	135

Глава четвърта
Лидерство 137

1. Същност на лидерството.....	137
2. Теории за лидерството	139
2.1. Теорията за великия мъж/ великата жена	139
2.2. Поведенчески (бихейвиористки) теории	141
2.3. Ситуативни теории.....	142
2.4. Съвременни теории за лидерството	145
4. Стил на ръководство.....	150

Глава пета
Икономическо поведение на потребителите 156

1. Аспекти на разглеждане на икономическото поведение на потребителите	156
2. Психологически фактори, влияещи върху потребителското поведение	157
2.1. Мотивация.....	158
2.2. Мотивационни теории	160
2.3. Възприятия	162
2.4. Убеждения и отношения.....	164
3. Модели на потребителското поведение.....	165

Глава шеста
Конфликтни взаимодействия и тяхното разрешаване 167

1. Конфликта в икономическата дейност	167
2. Същност на конфликта.....	169
3. Видове конфликти	172
4. Модел на конфликтната ситуация.....	179
5. Развитие и стадии на конфликта.....	181
6. Стратегии за редуциране на конфликтите.....	183
6.1. Стиллове на управление на конфликтите	185
6.2. Медиацията като средство за разрешаване на конфликтите	191

Глава седма
Делово общуване..... 197

1. Същност на общуването	197
2. Общуването като обмен на информация (комуникация)	199
3. Общуването като взаимодействие (интеракция)	205
3.1. Транзакционен анализ	206
4. Общуването като междуличностно възприемане (перцепция)	209
4.1. Невролингвистично програмиране	213
5. Невербално общуване	216
6. Умения за делово общуване	224
7. Правила за делово общуване.....	234
Използвана литература	239