

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра психології, педагогіки та соціології

Затверджено
Науково-методичною радою Університету,
протокол від « 19 » 10 2023 № 2

Голова НМР  І. ШЕМЕЛИНЕЦЬ

ПРОГРАМА

АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

навчальних дисциплін: «Психологія бізнесу»,
«Психологія управління інноваціями», «Психологія цінностей»
для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
денної та заочної форм навчання
галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність 053 «Психологія»
освітня програма «Психологія. Психологія бізнесу»

Ірпінь – 2023

Програма атестаційного екзамену складена на основі освітньо-професійної програми «Психологія. Психологія бізнесу» підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня, галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 053 «Психологія», затвердженої Вченою радою Університету ДПУ від 30.03.2023, протокол №9.

Укладач:



І.О. Петухова, к. пед. н., доцент,
завідувач кафедри психології,
педагогіки та соціології

Гарант ОП:



О.О. Нежинська, к. психол. н., доцент,
доцент кафедри

Програму атестаційного екзамену розглянуто та схвалено кафедрою психології, педагогіки та соціології, протокол від «6» жовтня 2023 №3

Завідувач кафедри



І.О. Петухова, к. пед. н., доцент

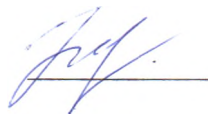
Розглянуто і схвалено вченою радою факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту, протокол від «2» жовтня 2023 р. №3

Голова вченої ради ННІ



Н.І. Зикун, д. н. із соц. ком.,
професор гуманітарних наук

Завідувач навчально-
методичного відділу



І.В. Качур, к. біол. н., доцент

Реєстраційний № _____

Зміст

1. Пояснювальна записка	4
2. Характеристика змісту програми.....	6
3. Результати навчання	6
4. Основна частина програми.....	7
4.1. Зміст програми з навчальної дисципліни «Психологія бізнесу».....	7
4.2. Перелік питань із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу».....	8
4.3. Тестові завдання із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу».....	9
4.4. Перелік практичних завдань із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»....	13
4.5. Зміст програми з навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями».....	14
4.6. Перелік питань із навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями».....	15
4.7. Перелік тестових завдань із навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями».....	16
4.8. Перелік практичних завдань із навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями».....	21
4.9. Зміст програми із навчальної дисципліни «Психологія цінностей».....	22
4.10. Перелік питань із навчальної дисципліни «Психологія цінностей».....	24
4.11. Перелік тестових завдань із навчальної дисципліни «Психологія цінностей»...	24
4.12. Перелік практичних завдань із навчальної дисципліни «Психологія цінностей».....	28
5. Критерії оцінювання відповідей атестаційного екзамену.....	30
6. Приклад білету атестаційного екзамену.....	32
7. Рекомендована література.....	35

Пояснювальна записка

Програма атестаційного екзамену складена відповідно до освітньої програми підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Психологія. Психологія бізнесу». Метою атестаційного екзамену є перевірка досягнення результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за освітньою програмою.

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання набутих здобувачами компетентностей із навчальних дисциплін: «Психологія бізнесу», «Психологія управління інноваціями», «Психологія цінностей». Державна атестація здобувача вищої освіти здійснюється державною екзаменаційною комісією після завершення навчання на певному освітньому ступені з метою встановлення фактичної відповідності рівня підготовки вимогам освітньої програми.

До складання атестаційного екзамену допускаються здобувачі, які виконали навчальний план.

Структура програми включає такі її складові: вступ, характеристику змісту програми, результати навчання, основну частину (що містить практичні, творчі, тестові завдання, психологічні задачі, перелік питань), критерії та засоби оцінювання, список рекомендованих літературних джерел, приклади білетів атестаційного екзамену.

У результаті засвоєння навчального матеріалу за запропонованою програмою забезпечується успішність навчальних досягнень здобувачів з навчальних дисциплін: «Психологія бізнесу», «Психологія управління інноваціями», «Психологія цінностей», формується система теоретичних знань із основ психологічної науки, здійснюється їх практичне закріплення, удосконалюється професійна компетентність психологів.

Засвоєння теоретико-практичного інструментарію сприяє набуттю досвіду практичної діяльності щодо здійснення якісної професійної психологічної допомоги різним категоріям клієнтів.

Мета проведення атестаційного екзамену – виявити рівень програмних компетентностей здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Психологія. Психологія бізнесу»; перевірити та оцінити знання здобувачів вищої освіти із «Психології бізнесу», «Психології управління інноваціями», «Психології цінностей».

Завдання програми: виявити рівень сформованості знань про психічні явища, закономірності їх виникнення, функціонування та розвитку; поведінки, діяльності, учинків; особливостей взаємодії людей у соціальних групах та бізнес-організаціях; психофізіологічних процесів і механізмів, які покладено в основу різних форм психічної активності, у т. ч. суб'єктив бізнесу задля ефективної професійної діяльності психолога, в галузі психології, зокрема психології бізнесу.

Предмет атестаційного екзамену – виявити рівень професійної компетентності здобувачів вищої освіти та їх готовності до професійної діяльності.

Після атестаційного екзамену здобувачі вищої освіти повинні володіти такими **компетентностями:**

Інтегральна компетентність (ІК):

Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у процесі навчання та професійної діяльності у галузі психології, зокрема психології бізнесу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.

загальні:

ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК2. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК4. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК7. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

спеціальні:

СК1. Здатність здійснювати теоретичний, методологічний та емпіричний аналіз актуальних проблем психологічної науки та / або практики.

СК7. Здатність приймати фахові рішення у складних і непередбачуваних умовах, адаптуватися до нових ситуацій професійної діяльності.

фахові:

ФК1. Здатність аналізувати та оцінювати теоретичні та практичні психологічні проблеми, що стосуються ділових організацій, з критичною інтеграцією сучасних концепцій бізнес-психології, результатів міжнародних емпіричних досліджень та передової практики.

ФК2. Здатність самостійно обирати або професійно розробляти та етично застосовувати оптимальні методи чи програми психологічного втручання для розв'язання питань організації бізнесу для її успіху та розвитку.

Методи та форми атестаційного екзамену: письмові розгорнуті відповіді на теоретичні питання опитування, розв'язання психологічних задач, вирішення практичних завдань, тестування.

Організація контролю знань здобувачів вищої освіти на атестаційного екзамені здійснюється за допомогою перевірки рівня набутих знань на лекціях, сформованості умінь на семінарських і практичних заняттях, а також завдяки самостійному вивченню програмного матеріалу.

Максимально можлива оцінка за знання програмного матеріалу навчальних дисциплін складає 100 балів. Екзаменаційна оцінка ставиться на основі контролю набутих знань і умінь студента, а саме: 1) виявленого рівня знань, продемонстрованого студентами у їх відповідях на екзамені; 2) результатів виконання практичних і тестових завдань, винесених на атестаційний екзамен.

Атестаційний екзамен здійснюється в обсязі навчального матеріалу, визначеного програмою дисципліни у повному обсязі.

Підсумковою оцінкою атестаційного екзамену є сумарна оцінка балів відповідей студента, набраних під час відповіді на даному екзамені (максимум 100 балів).

Перелік питань, що охоплює зміст навчальної програми дисциплін та критерії оцінювання визначаються кафедрою і включаються до програми атестаційного екзамену, а також доводяться до здобувачів під час занять.

Здобувачі вищої освіти, які не з'явилися на екзамен без поважних причин вважаються такими, що отримали 0 балів і не склали атестаційний екзамен. У разі отримання ними незадовільної кількості балів, вони складають екзамен повторно (поки працює екзаменаційна випускова комісія). При цьому у відомості обліку успішності робиться відповідний запис «незадовільно».

За порушення дисципліни під час проведення атестаційного екзамену (списування, заміна завдань, використання недозволених матеріалів чи засобів, в т.ч. мобільних телефонів та інших технічних засобів) складання екзамену у подальшому не допускається і виставляється оцінка 0 балів.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ

Предмет. Перевірка та оцінювання рівня засвоєння системи знань про психологічні аспекти бізнесу та підприємництва, як особливих видів професійної діяльності та типів поведінки особистості, задля ефективної професійної діяльності психолога, зокрема психологія бізнесу. Визначення теоретичної і практичної підготовки випускника до виконання професійних завдань.

Зміст програми атестаційного екзамену включає зміст програм з навчальних дисциплін: «Психології бізнесу», «Психологія управління інноваціями», «Психологія цінностей».

Зміст програми з навчальної дисципліни «Психології бізнесу»

Психічні явища в діяльності бізнесмена. Проблема особистості в бізнесі. Комунікативні процеси в діяльності бізнесмена. Психологічні особливості успішної бізнес-діяльності. Персонал-технології у психології бізнесу. Психологічні основи успішних продажів. Психологічна допомога суб'єктам бізнесу. Психологічна культура та етика бізнесу.

Зміст програми з навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями»

Інновація як предмет наукового дослідження. Інноваційний процес як предмет наукового дослідження. Інформаційні аспекти інновацій. Планування інноваційної діяльності. Управління ризиками в процесі інноваційної діяльності. Інноваційний проєкт. Особистісні детермінанти успішності інноваційного процесу. Організаційні аспекти. Інноваційність в груповому контексті. Прикладні дослідження інноваційності. Управлінське консультування нововведень.

Зміст програми з навчальної дисципліни «Психологія цінностей»

Психологія цінностей як наукова і навчальна дисципліна. Цінності, ціннісні орієнтації і особистісний смисл. Проблема класифікації цінностей та їх функції. Цінності у структурі особистості. Психологічний розвиток як основа становлення цінностей. Становлення цінностей особистості та суб'єктивне благополуччя. Моделювання та психологічна діагностика становлення цінностей особистості. Фактори, механізми та умови становлення цінностей особистості

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Формулювання результатів навчання для атестаційного екзамену базується на програмних результатах навчання (ПРН), визначених освітньо-професійною програмою, зокрема:

ПРН1. Здійснювати пошук, опрацювання та аналіз професійно важливих знань із різних джерел із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

ПРН3. Узагальнювати емпіричні дані та формулювати теоретичні висновки.

ПРН7. Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях.

ПРН10. Здійснювати аналітичний пошук відповідної до сформульованої проблеми наукової інформації та оцінювати її за критеріями адекватності.

ПРН15. Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого народу.

4. ОСНОВНА ЧАСТИНА ПРОГРАМИ

4.1. ЗМІСТ ПРОГРАМИ ІЗ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ»

Тема 1. Психологія бізнесу як міждисциплінарна наука

Актуальність вивчення психології бізнесу на сучасному етапі розвитку суспільства. Поняття бізнесу, його види і форми. Специфіка психології бізнесу як окремої галузі психології: об'єкт і предмет дослідження, психічні категорії (психічні процеси, тани та індивідуально-психологічні особливості), завдання і методи. Зв'язок психології бізнесу з іншими науками, навчальними дисциплінами. Бізнес як соціально-економічне і психологічне явище. Спільне і відмінне бізнесу та підприємництва. Напрямки дослідницької і практичної діяльності психологів у бізнесі. Перспективні напрями досліджень психології бізнесу в нашій країні й закордоном.

Тема 2. Історичний аналіз феномену бізнесу

Історичний аналіз терміну «антрепренер». Макс Вебер та соціологічна теорія підприємництва. Підприємництво через соціальну девіацію і маргінальний статус (В. Зомбарт, Е. Хозелітц). Роль соціальної солідарності у формуванні підприємництва (Е. Дюркгейм). Психічні властивості соціумів західноєвропейського контексту (О. Донченко). Психологічні теорії особистості: «теорія вроджених здібностей», «теорія рис», «психодинамічна теорія». Бізнес як складний соціально-економічний феномен: системний характер бізнес-діяльності. взаємозв'язок суспільного регулювання і конкретної діяльності бізнесмена. Законодавчі основи регулювання сфери бізнесу: правила гри чи поведінки бізнесменів, працівників і держави в системі відносин ринкового типу.

Тема 3. Психічні явища в діяльності бізнесмена

Базові поняття психології. Свідомість людини: структура, функції, властивості, рівні. Несвідомі компоненти психіки: поняття несвідомого, різновиди та типи. Пізнавальні процеси в діяльності підприємця. Мотивація бізнес-діяльності. Піраміда потреб А. Маслоу. Цінності та установки. Вольові якості бізнесмена. Емоційна сфера особистості. Психологічні аспекти діяльності людини. Бізнесмен як суб'єкт діяльності.

Тема 4. Проблема особистості в бізнесі

Поняття особистості в психології. Співвідношення між поняттями «особистість», «суб'єкт» і «індивід». Структура особистості: направленість, життєвий досвід, форми відображення, біологічний фундамент особистості. Особистісні якості, які сприяють і перешкоджають успіху в бізнесі. Особистісні якості відомих успішних бізнесменів (самостійність, амбіційність, наполегливість, працьовитість, уміння тримати удари долі, стратегічна ідея, ентузіазм). Рівень суб'єктивного контролю бізнесмена. Методи оцінки особистісних якостей.

Тема 5. Комунікативні процеси в діяльності бізнесмена

Основні поняття «мови» і «мовлення». Розвиток мовлення і її види. Функції і компоненти мовлення. Спілкування: зміст, цілі та засоби. Ділове спілкування. Поняття «конфлікту» та його соціальна роль. Особливості стадій конфлікту. Класифікація конфліктів. Причини та наслідки виробничих конфліктів. Основні стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях. Психологічні підходи до вирішення конфліктних ситуацій.

Тема 6. Психологічні особливості успішної бізнес-діяльності

Стратегії особистості. Основи ефективного цілепокладання. Фактори впливу на успішність бізнес-діяльності. Специфіка функції прийняття рішень у діяльності бізнесмена. Класифікація управлінських рішень. Етапи вироблення управлінських рішень. Психологічні механізми, які впливають на прийняття управлінських рішень. Психологічні бар'єри на шляху прийняття управлінських рішень. Вплив темпераменту на вироблення управлінських рішень. Перешкоди на шляху до цілі та їх подолання. Підприємницький ризик. Забезпечення безпечного бізнесу. Основні види обману в бізнесі. Технології та інструменти обману. Використання психологічних особливостей людини під час обману. Методи розпізнавання обману.

Тема 7. Персонал-технології у психології бізнесу

Базові принципи ефективного управління бізнесом. Оптимальне співвідношення основних функцій керівництва. Планування. Організація (основні положення системи Ф. Тейлора). Психологічні основи успішної бізнес діяльності. Способи досягнення успіху в бізнесі. Успіх в бізнесі. Мотивація: методи дисциплінарного впливу; причини демотивації персоналу та способи її корекції. Провідні мотиваційно-ціннісні орієнтації сучасних бізнесменів і підприємців. Формування команди в бізнесі. Етапи роботи з персоналом. Підбір персоналу. Навчання персоналу. Формування корпоративної культури.

Тема 8. Психологічні основи успішних продажів

Складові елементи процесу продажів. Три складові уявлення себе продавцем. консультантом, компетентність продавця-консультанта. Зовнішні ознаки впевненості продавця, консультанта. Основні етапи продажів товарів та послуг. Вияв потреб клієнтів. Презентація. Робота із запереченнями. Найбільш розповсюджені типи заперечень клієнтів. Алгоритм роботи із запереченнями. Способи завершення продажу. Системні процеси, які впливають на рівень продажів. Товарний, інформаційний та людський ланцюг у процесі продажів. Сутність реклами в бізнесі. Основи психології реклами.

Тема 9. Психологічна допомога суб'єктам бізнесу

Тайм-менеджмент. Причини невивантаження часу. Критерії розділу справ відповідно з принципом В. Ларето. Стрес у бізнесі і стратегії його подолання. Діагностика професійної придатності та психологічних проблем особистості в бізнесі. Проблема професійної придатності до підприємницької діяльності. Діагностика професійної придатності. Психологічне консультування як вид психологічної допомоги суб'єктам бізнесу. Коучинг як вид психологічної допомоги. Раціональна психотерапія. Аутогенне тренування. Метод дисоціювання від стресу.

Тема 10. Психологічна культура та етика бізнесу

Поняття «культура підприємництва». Основні елементи культури бізнесу. Цінності бізнесу. Правила і норми бізнес-поведінки. Реальна поведінка під час бізнес-операцій. Принципи культури бізнес-діяльності. Елементи ділового етикету. Одяг для бізнесу. Ознаки хорошого тону. Гендерні відмінності в бізнесі. Позитивні та негативні фактори жіночої бізнес-діяльності. Національно-психологічні особливості ведення бізнесу в різних країнах: США, Великобританія, Франція, Германія, Китай, Японія.

4.2. Перелік питань із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»

1. Психологія бізнесу як міждисциплінарна наука, її предмет, об'єкт, завдання, місце, роль в системі наук.
2. Основні категорії психології бізнесу. Відмінне та схоже між поняттями «підприємництво» і «бізнес».
3. Особливості застосування методів психології в психології бізнесу.
4. Зміст поняття «Антрепренер». Етапи становлення даної категорії.

5. Соціальні теорії підприємництва та психологічні, їх відмінності.
6. Бізнес як складний соціально-економічний феномен.
7. Значущі властивості бізнесу з психологічної точки зору (психологічного підходу).
8. Складові підприємництва як складного феномена.
9. Чинники, що відображають основні мотиви до бізнес-діяльності.
10. Специфічні індивідуально-психологічні характеристики людини, що зумовлюють її схильність до бізнес поведінки. Їх коротка характеристика.
11. Особливості підприємницького типу мислення. Зміст когнітивного підходу до розкриття поняття «підприємницьке мислення».
12. Методи впливу на особистість у бізнесі.
13. Гендерні стереотипи і обмеження щодо ведення бізнесу.
14. Причини недосягнення успіху у бізнесі.
15. Типологія підприємців за Й. Фрейліхом.
16. Гроші як об'єкт вивчення дослідників. Типи особистості щодо ставлення до грошей.
17. Особливості пропрацьовування цілей бізнес-діяльності.
18. Основні фактори, які впливають на успішність бізнес-діяльності.
19. «Вдалі» управлінські рішення та «невдалі», їх відмінності.
20. Етапи процесу утворення управлінських рішень.
21. Психологічні фактори, які впливають на прийняття управлінських рішень.
22. Основні функції керівника підприємства.
23. Функція планування.
24. Особливості матеріальної і моральної мотивації персоналу.
25. «Трьохкомпонентний» характер процесу продажу.
26. Переваги відкритих запитань перед закритими.
27. Причини заперечень клієнта після презентації товару. Чому до початку презентації товару потрібно виявити потреби клієнта?
28. Системний підхід у продажах.
29. Прийоми реклами для залучення уваги покупців.
30. Психологічний вплив реклами на споживачів.

4.3. Тестові завдання із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»

1. Сучасні гіпермаркети використовують відкритий формат торгівлі. Як з точки зору психології бізнесу повинні рухатися покупці, щоб забезпечити максимальний прибуток ритейлеру?
 - а) за часовою стрілкою
 - б) проти часової стрілки
 - в) напрямком руху не має значення для отримання прибутку
 - г) прибуток залежить від часу перебування покупців у торговій залі
2. Яка реклама краще запам'ятовується та залучає більшу увагу – із жаргонними словами чи без них?
 - а) практика реального бізнесу показує, що жаргонні слова не впливають на запам'ятовування та прибутковість рекламного звернення
 - б) практика реального бізнесу показує, що жаргонні слова позитивно впливають на рекламний прибуток і запам'ятовування реклами
 - в) практика реального бізнесу показує, що жаргонні слова негативно впливають на сприйняття рекламного звернення частини громадян, але в цілому дають кращу конверсію (за типом почув, побачив – купив)
 - г) ефективність реклами залежить тільки від частоти рекламних контактів
3. З якими характеристиками асоціювався бізнес Китаю в 1990-х і початку 2000-х років?
 - а) з високими технологіями, надійністю та якістю продукції
 - б) з високою зарплатою та широкими соціальними гарантіями
 - в) з інтенсивною працею та низькою якістю продукції
 - г) з підробками, розкраданням виробничих секретів, копіювання товарів

4. Чи впливає колір товару на об'єми продажів? Чи буде краще продаватися безколірна Кока-Кола чи білий маргарин?
- з точки зору психології сприйняття газованого напою чи маргарину нічого не змінюється, оскільки якість товару залишається тим же
 - покупці погано купують безколірну Кока-Колу та білий маргарин, оскільки психологічно сприймають це негативно
 - споживачам подобається кольорові інновації і вони сприймають їх достатньо сприятливо
 - сприйняття кольору продукту залежить від етносу та рівня освіти споживача
5. У магазині покупці вибирають мило. Є два види – один продукт тяжкий, інший – легкий. Яке будуть краще купляти?
- більш тяжкий вид мила, оскільки відомо, що тяжкий продукт – значить якісний продукт
 - краще купляти будуть легші куски мила, оскільки вони більш повітряні
 - вага мила не впливає на вибір покупця
 - немає правильної відповіді
6. Чи є арт-об'єкти ай-стоперами у бізнес-просторі комерційних підприємств:
- арт-об'єкти у бізнес-просторі комерційних підприємств є рекламою
 - арт-об'єкти у бізнес-просторі є ай-стоперами
 - арт-об'єкти у загальній композиції бізнес-простору не є ай-стоперами
 - арт-об'єкти у бізнес-просторі підприємств і організацій виконують розважальну функцію
7. Наскільки прийнятним буде використання в якості бізнес-подарунку в офісі предметів особистого користування (нижньої білизни, парфумерії, краваток та ін.)?
- у сучасному бізнесі це цілком доречно
 - у сучасному бізнесі це доречно, за винятком подарунків діловим партнерам з Ірану та Саудівської Аравії
 - з погляду бізнес-психології ділові подарунки для особистого користування краще не дарувати через їхню двозначність
 - бізнес-подарунки з предметів особистого користування можна дарувати лише жінкам
8. Психологічно прийнятною дистанцією для міжособистісного ділового спілкування вважається:
- відстань 30-40 см
 - відстань 50-120 см
 - відстань 200-300 см
 - відстань 300-400 см
9. Авторитарний стиль керівництва компанією або структурним підрозділом бізнесу має на увазі:
- критику та заперечення підлеглих
 - демократичні способи обговорення та колективне прийняття рішень
 - одноосібне прийняття управлінських рішень
 - прийняття рішень після обговорень із радниками та зовнішніми консультантами
10. Хороша ділова репутація підприємця та керівника базується на:
- ввічливості та безконфліктності
 - твердості слова та виконання взятих на себе зобов'язань
 - на численних бізнес-зв'язках серед колег і держчиновників
 - на висловлюванні партнерам і підлеглим всього, що вони думають прямо і без прикрас
11. Чи є стресом проходження тестування співробітниками на поліграфі (детекторі брехні)?
- у корпоративній практиці проходження перевірки на поліграфі є звичайною справою та не викликає стресу у співробітників
 - проходження перевірки на поліграфі викликає стрес лише у винних працівників (замішаних у крадіжці, передачі конкурентам внутрішньої службової інформації та ін.)
 - проходження перевірки на поліграфі найчастіше спричиняє стрес у співробітника;
 - обов'язок проходити перевірки на поліграфі рівнозначно висловлюванню недовіри.
12. Чи потрібно перевіряти звучання торгової марки продукту чи компанії в іноземному

перекладі?

- а) так, слід, особливо у випадках, коли товар чи обслуговування продається поза межами країни-виробника
- б) так, слід, але тільки у випадку інтернет-торгівлі
- в) ні, не слід, оскільки неблагозвучне звучання залучить додаткових клієнтів та покупців продукту
- г) ні, не слід, оскільки корпоративна етика цього не допускає

13. Що таке моральне старіння товару? Як воно враховується у бізнесі?

- а) моральне старіння продукту (товару, послуги, бізнес-інформації) – це теоретична категорія. У практичному бізнесі вона не враховується
- б) моральне старіння товару це лише психологічне сприйняття його. На ціні, якості та довговічності продукту воно не позначається
- в) моральне старіння товару з погляду споживача однозначне його фізичному зносу. Для продавців та покупців це важливий фактор
- г) моральне старіння відноситься лише до модної індустрії, де швидко змінюються моделі та фасони одягу

14. Чи відбувається перенесення іміджу торгової марки гарантовано при виході на нові ринки (наприклад, марки мотоциклів на ринки парфуму)?

- а) вихід відомої торгової марки на нові ринки гарантує збут брендovanого продукту через його загальну впізнаваність
- б) вихід відомої торгової марки нові ринки під зонтичним брендом гарантовано веде до провалу
- в) вихід відомої торгової марки на нові чи суміжні ринки – захід з високим ризиком, який не має однозначного позитивного чи негативного результату
- г) вихід відомої торгової марки на нові ринки необхідно здійснювати під спеціально сконструйованою для цього торговою маркою, щоб парасольковий бренд у разі невдачі не постраждав

15. Чому в 1990-ті та 2000-ті роки в країнах СНД почала відбуватися відмова від кирилиці?

- а) у психологічному плані кирилиця стала сприйматися як символ відставання від прогресу та неякісності вироблених товарів
- б) в Україні бізнес використовував латинізовані імена і намагався уникнути кирилиці;
- в) побутову техніку, парфум, електроніку та деякі інші товари складно було продати з українськими назвами та написанням на кирилиці;
- г) такого явища, як відмова від кирилиці, немає.

16. У бізнесі використовується термін «професійне вигоряння». Що це означає?

- а) професійне вигоряння – це відсутність інтересу до поточної роботи
- б) професійне вигоряння – це сформована байдужість до роботи і клієнтів, втота від повсякденності
- в) професійне вигоряння – це недовіра до керівництва та прихований саботаж робочих процесів
- г) професійне вигоряння – це емоційна спустошеність, відсутність корисних бізнес-ідей

17. До чого веде психологія експлуатації співробітників, заниження рівня зарплат та інших виплат?

- а) власники підприємств і закупівельних організацій отримують більші доходи без шкоди бізнесу у короткостроковій перспективі;
- б) малооплачувані працівники не дотримуються трудової та виробничої дисципліни, не зацікавлені в результатах праці
- в) співробітники з низькою оплатою праці прагнуть підробити на стороні, скорочуючи час відпочинку та підривають своє здоров'я
- г) все перераховане правильно.

18. Чи можна висловити психологію торгівлі у вигляді графіків чи математичних моделей?

- а) оскільки психологія купівлі-продажу кожного суб'єкта ринку своя, створення загальних графіків і моделей неможливо
- б) психологія торгівлі біржовими активами добре описується технічним аналізом

- в) психологія торгівлі закладається розробниками штучного інтелекту у біржових роботів (алгоритмічну торгівлю)
- г) психологія торгівлі полягає в людських емоціях, характері, віці, схильності до ризику, що загалом неможливо описати математично.
19. Що заважає впровадженню інновацій на підприємстві?
- а) впровадженню інновацій заважає психологічний опір будь-яким нововведенням, включаючи технології, гаджети, програмні продукти
- б) інновації туго впроваджуються через забобони працівників, їх лінощів і небажання вчитися
- в) активному впровадженню інновацій заважає законодавча база
- г) інновації недостатньо активно впроваджуються у виробництво через дефіцит грошових коштів та труднощі отримання банківського кредиту.
20. З якою метою підприємці та представники бізнесу нагнітають ажіотаж?
- а) психологічне нагнітання ситуації (наприклад, шляхом заяв про швидке підвищення цін) допомагає швидко реалізувати товар за підвищеними цінами
- б) нагнітання ситуації над ринком шляхом проведення інтенсивної рекламної кампанії дозволяє збільшити завантаження виробничого устаткування
- в) нагнітання ситуації на ринку шляхом здійснення піар-акцій дозволяє збільшити коефіцієнт змінності (кількість змін на підприємстві) та збільшити прибуток
- г) все перераховане правильно
21. Психічні процеси, за допомогою яких людина пізнає світ називають:
- а) пізнавальними процесами
- б) вольовими процесами
- в) емоційними процесами
- г) інтелектуальними процесами
22. Правила, норми, що регулюють відносини суб'єктів бізнесу – це:
- а) партнерські зв'язки
- б) психологія бізнесу
- в) взаємодія в бізнесі
- г) етика бізнесу
24. «Хоторнський експеримент» проводив:
- а) А. Файоль;
- б) П. Друкер;
- в) Е. Мейо;
- г) М. Вебер.
25. Система управління на основі «точного виконання індивідами системи правил і процедур» розроблялася в теорії:
- а) Ф. Гілбрета;
- б) М. Вебера;
- в) А. Файоля;
- г) Ф.-В. Тейлора.
26. Основою особистісного підходу в управлінні організацією є:
- а) теорія психоаналізу;
- б) психологічні властивості особистості;
- в) трансперсональна теорія;
- г) особистість як цілісна сутність
27. Чотиристоронній підхід до організації часу Д. Льюїса:
- а) Проаналізувати? Делегувати? Робити? Контролювати?
- б) Делегувати? Порадитися? Робити? Контролювати?
- в) Відмовитися? Делегувати? Відкласти? Робити?
- г) Відмовитися? Проаналізувати? Делегувати? Робити?
28. Теорія мотивації Х (Д. Макгрегора) базується на припущенні:
- а) всі працівники ліниві та не бажають працювати;

- б) ставлення працівників до роботи залежить від матеріальних стимулів;
 - в) працівники, характеризуються бажанням самовдосконалюватися та внутрішньою мотивацією до праці;
 - г) основою мотивації робітників в організації є принцип «батога та пряника».
29. У процесі взаємодії менеджера за рахунок невербальних засобів здійснюється:
- а) до 30% комунікації;
 - б) до 50% комунікації;
 - в) до 65% комунікації;
 - г) до 80% комунікації
30. Імідж людини – це ...
- а) уміння спілкуватися;
 - б) уміння впливати на людей;
 - в) уміння керувати враженням;
 - г) стиль поведінки.

4.4. Перелік практичних завдань із навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»

1. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «Між двома працівниками в організації виник конфлікт з особистих питань, який заважає їм успішно працювати. Кожен із них поодиноці звертається до керівника із проханням, щоб він розібрався та підтримав його позицію. *Як вчинити керівнику?*».

2. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «В організації під час обговорення поточних робочих питань у сторону працівника пролунало зауваження від його колеги: «Ви судите відповідно до своєї суб'єктивної точки зору, а я Вам кажу, як це виглядає насправді! *Яка відповідь або реакція може бути у людини, на чью адресу був цей вислів?*».

3. Скласти короткий соціально-економічний опис і особливості ведення підприємницької діяльності в бізнес-організації (вигоди і загрози). *Проаналізувати роботу психолога при виникненні потенційної психологічної проблеми, навести приклад.*

4. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «У вас склалися напружені стосунки з колегою, рівним вам за статусом. Припустимо, що причини цього вам не зовсім відомі. Але нормалізувати стосунки необхідно для того, щоб не страждала робота. *Яких потрібно вжити заходів, щоб подолати напруженість у взаєминах із колегою?*».

5. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «Працівник організації через недисциплінованість не виконав завдання в строк, хоча обіцяв зробити це до наміченої дати. Через деякий час працівник удруге не виконав завдання у строк, чим підвів увесь свій підрозділ, хоча обіцяв, що подібне більше не повториться. *Як потрібно вчинити?*».

6. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «В організації є працівник, який скоріше вважається працівником, ніж працює. Його це становище влаштовує, а інших, у тому числі і керівника, – ні. *Що потрібно робити у такому випадку?*».

7. Уявити та проаналізувати ситуацію, запропонувати варіант рішення: «У вас склалися напружені стосунки з колегою, рівним вам за статусом, але причини цього вам не зовсім відомі. *Як нормалізувати стосунки, щоб не страждала робота, тому що ви маєте постійно з ним взаємодіяти?*».

8. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «В організації від двох керівників надійшли вказівки щодо термінового виконання складних, суперечливих одне одному завдань. *Як потрібно вчинити?*».

9. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «В організації терміново потрібно підготувати захід, і на вас лежить відповідальність за його проведення. Кожен з працівників зайнятий, або робить вигляд, що зайнятий. *Як потрібно вчинити у цьому випадку?*».

10. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «Ви працюєте в організації. Під час планування через власну помилку ви призначили зустріч на один і той ж час двом відвідувачам, і вони вже прибули до вас. *Як потрібно вчинити у цьому випадку?*»

4.5. ЗМІСТ ПРОГРАМИ ІЗ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ»

Тема 1. Інновація як предмет наукового дослідження

Інновації в сучасному світі. Стимули інноваційних процесів. Визначення поняття «інновація». Різновиди інновацій. Інновації як процес застосування результатів інтелектуальної діяльності для створення нових продуктів, процесів, послуг, що дає економічний ефект. Підходи до дослідження інновацій: філософські аспекти інновацій, соціологічний погляд на інновації, мультидисциплінарні дослідження інновацій. Дослідження інновацій: історико-філософський екскурс. Історичний розвиток уявлень про інновації. Філософські передумови появи науки про інновації в сучасному світі. Новітня історія науки про інновації (XX-XXI ст.). Інновації як системний феномен. Системно-структурний аналіз інноваційної діяльності.

Тема 2. Інноваційний процес як предмет наукового дослідження

Етапи інноваційного процесу. Наукові дослідження інноваційних процесів. Моделі інноваційних процесів. Інноваційні стрибки. Креативно-інноваційний цикл. Циклічність інноваційного процесу. Рівні аналізу креативно-інноваційного циклу. Форми впливу в креативно-інноваційному циклі. Впровадження інноваційних технологій. Нормативна оцінка. Легітимізація. Фактори конфліктності. Стратегії стимулювання. Етапи та моделі інноваційного процесу, напрями наукових досліджень інноваційних процесів. Інноваційні стрибки. Креативно-інноваційний цикл. Впровадження інноваційних технологій

Тема 3. Інформаційні аспекти інновацій

Інновації і знання. Визначення знання. Різновиди знання. Обмін знаннями в інноваційному процесі. Управління знаннями як фактор успішності інновацій. Інформаційне середовище та інновації. Загальне поняття інформаційного середовища. Псевдоінновації. Інформаційне середовище як буфер. Параметри інформаційного середовища. Інформаційний аспект інноваційного процесу. Інноваційні стрибки в інформаційному полі. Функції інформаційного середовища. Види знання в інноваційному процесі

Тема 4. Планування інноваційної діяльності. Управління ризиками в процесі інноваційної діяльності підприємства. Інноваційний проект

Сутність і принципи планування інновацій. Система планування інновацій, стратегічне та оперативне планування інновацій. Організаційні аспекти та планування створення продуктової інновації. Ризики в інноваційній діяльності підприємства. Управління ризиками в процесі реалізації інноваційного проекту. Інноваційна діяльність та економічна безпека підприємств. Сутність і принципи планування інновацій. Система планування інновацій, стратегічне та оперативне планування інновацій. Ризики в інноваційній діяльності підприємства. Поняття, особливості, елементи інноваційного проекту. Учасники та класифікація інноваційних проектів. Планування та управління реалізацією інноваційного проекту. Управління ризиками в процесі реалізації інноваційного проекту. Оцінювання ефективності інноваційних проектів

Тема 5. Особистісні детермінанти успішності інноваційного процесу

Психологічні дослідження креативності. Підходи до визначення інноваційності суб'єкта. Психологічні характеристики суб'єкта інноваційної діяльності. Види особистісної інноваційності. Проблематика взаємозв'язків між інноваційністю та креативністю суб'єкта. Підходи до розвитку особистісної інноваційності. Діагностика особистісної інноваційності. Психологічні дослідження креативності. Підходи до визначення інноваційності суб'єкта. Психологічні характеристики суб'єкта інноваційної діяльності. Різновиди особистісної інноваційності. Проблематика взаємозв'язків між інноваційністю та креативністю суб'єкта. Основні підходи до розвитку особистісної інноваційності. Проблема діагностики особистісної

інноваційності

Тема 6. Організаційні аспекти інноваційності. Інноваційність в груповому контексті

Сфера досліджень організаційної інноваційності. Інноваційність та організаційна структура. Організаційний клімат як фактор інноваційності. Підтримка інновацій. Менеджмент якості. Інноваційні системи. Проблематика групової інноваційності. Механізми реалізації групової інноваційності. Дослідження інноваційності та креативності в умовах групової продуктивної діяльності: теорія та практика. Інноваційність та культура. Макрокультурний рівень. Мікрокультурний рівень

Тема 7. Прикладні дослідження інноваційності

Споживча інноваційність. Інноваційність в сфері комп'ютерних технологій. Лідерство і інноваційність. Інноваційність в сфері освіти. Соціальні аспекти інноваційності. Споживча інноваційність. Інноваційність в сфері комп'ютерних технологій. Форми впливу лідера на підлеглих. Специфіка трансформаційного лідерства. Недоліки трансформаційного лідерства. Соціальні аспекти інноваційності.

Тема 8. Управлінське консультування нововведень

Управління персоналом в інноваційних організаціях. Методи оцінки ділових якостей менеджера. Мотивація персоналу у процесі інноваційної діяльності. Причини спротиву персоналу нововведенням. Форми спротиву інноваціям. Методи активізації нововведень. Особливості управління персоналом в інноваційній діяльності. Інноватори – суб'єкти нововведень. Методи оцінки ділових якостей менеджера. Проблема безсуб'єктності. Рольовий розвиток персоналу. Мотивація персоналу у процесі інноваційної діяльності. Причини спротиву персоналу нововведенням. Форми спротиву інноваціям. Анти інноваційні реакції. Підготовка радикального нововведення.

4.6. Перелік питань із навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями»

1. Інновації в сучасному світі. Стимули інноваційних процесів
2. Визначення поняття «інновація». Різновиди інновацій. Інновації як процес застосування результатів інтелектуальної діяльності для створення нових продуктів
3. Підходи до дослідження інновацій: філософські аспекти інновацій, соціологічний погляд на інновації, мультидисциплінарні дослідження інновацій
4. Мультидисциплінарні дослідження інновацій
5. Інновації як системний феномен
6. Системно-структурний аналіз інноваційної діяльності
7. Людина і інноваційний процес. Інноваційна діяльність суб'єкта
8. Зміна структури продуктивної діяльності в сучасному світі в інформаційно-комп'ютерномусередовищі (М. Кастельс)
9. Етапи інноваційного процесу
10. Моделі інноваційних процесів
11. Інноваційні стрибки
12. Інновації і знання. Визначення знання. Різновиди знання. Обмін знаннями в інноваційному процесі. Управління знаннями як фактор успішності інновацій
13. Псевдоінновації
14. Інформаційний аспект інноваційного процесу. Інноваційні стрибки в інформаційному полі
15. Функції інформаційного середовища
16. Організаційні аспекти та планування створення продуктової інновації
17. Ризики в інноваційній діяльності підприємства. Управління ризиками в процесі реалізації інноваційного проєкту. Інноваційна діяльність та економічна безпека підприємств

18. Система планування інновацій, стратегічне та оперативне планування інновацій
19. Психологічні дослідження креативності. Проблематика взаємозв'язків між інноваційністю та креативністю суб'єкта
20. Підходи до розвитку особистісної інноваційності. Діагностика особистісної інноваційності
21. Інноваційність та організаційна структура
22. Організаційний клімат як фактор інноваційності
23. Підтримка інновацій
24. Проблематика групової інноваційності. Механізми реалізації групової інноваційності
25. Дослідження інноваційності та креативності в умовах групової продуктивної діяльності: теорія та практика
26. Інноваційність та культура. Макрокультурний рівень. Мікрокультурний рівень
27. Поняття та класифікація інноваційних організацій
28. Стратегії віолентів, патієнтів, комутантів, експлерентів
29. Особливості малих інноваційних організацій
30. Лідерство і інноваційність. Соціальні аспекти інноваційності

4.7 Перелік тестових завдань із навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями»

1. Що передбачає стратегія патієнтів (сегментна стратегія)?
 - а) створенням нових або радикальною зміною старих сегментів ринку
 - б) виготовлення особливої, унікальної продукції для обмеженого кола споживачів
 - в) підвищення споживчої цінності товару не за рахунок надвисокої якості, а за рахунок задоволення незначних за обсягом потреб клієнтів, тобто індивідуалізації послуги.
 - г) зміни наукової спрямованості в ході життєдіяльності фірми
2. Автором теорії «довгих хвиль» був:
 - а) Й. Шумпетер;
 - б) К. Маркс;
 - в) Адам Сміт;
 - г) М. Кондратьєв.
3. Приклад елементів інноваційної інфраструктури
 - а) технопарки, технополіси
 - б) університети
 - в) суди
 - г) ІТ-компанії
4. Хто вперше ввів термін «інновація»?
 - а) А. Ейнштейн
 - б) Г. Галілей
 - в) Й. Шумпетер
 - г) Архімед
5. Інноваційний цикл – це ...
 - а) комплексний багаторівневий процес, який триває за певних умов і протягом певного проміжку часу, упродовж якого ідея набуває матеріального втілення.
 - б) наукові, проектні й конструкторські розробки, експериментальні послуги, зв'язані з підготовкою нового виробництва, інструмент і оснащення для проведення наукомістких операцій, засоби технологічного контролю

в) ідеї та пропозиції (в багатьох випадках засновані на результатах відповідних спеціальних наукових досліджень і інженерних розробок), що можуть стати основою створення нових видів продукції чи значно поліпшити споживчі характеристики

г) всі відповіді вірні

6. За допомогою чого здійснюється порівняльний аналіз інноваційності у країнах ЄС?

а) статистичних даних, що стосуються повсякденного життя людей

б) інноваційного табло

в) інноваційних опитувальників

г) усі варіанти вірні

7. Особливостями творчого процесу, продукту та особистості є:

а) оригінальність, валідність, неадекватність задачі і непридатність (неестетична, екологічна, оптимальність форми, правильність та оригінальність на даний момент)

б) оригінальність, валідність, адекватність задачі і непридатність (естетична, екологічна, неприйнятної форми, правильність та оригінальність на даний момент)

в) оригінальність, валідність, адекватність задачі і придатність (естетична, екологічна, оптимальність форми, правильність та оригінальність на даний момент)

г) усі відповіді вірні

8. Умовами успішності інноваційної діяльності є:

а) необхідність наближено уявляти обсяг попиту потенційних споживачів на нововведення, його економічно збиткові виражені переваги перед вже існуючими способами задоволення цієї потреби

б) необов'язковість чітко уявляти обсяг попиту потенційних споживачів на нововведення, його економічно невиражені переваги перед вже існуючими способами задоволення цієї потреби

в) необхідність чітко уявляти обсяг попиту потенційних споживачів на нововведення, його економічно виражені переваги перед вже існуючими способами задоволення цієї потреби

г) усі відповіді вірні

9. Вони негативно ставляться до нововведень, надають перевагу традиційним методам, способам, формам роботи. Іноді чинять опір конкретному нововведенню, намагаються залучити до цього і тих, хто ще повністю не визначився. Про яку категорію іде мова

а) скептики

б) противники інновацій

в) нейтралі

г) прихильники інновацій

10. Низький рівень спеціальних знань розробників інноваційної бізнес-ідеї; нестача практичного досвіду впровадження інновацій у виконавців проекту; відсутність дієвого механізму мотивації нововведень; опір змінам; комунікаційні бар'єри; б. низькі інноваційні культура та клімат на підприємстві є бар'єром впровадження інновацій:

а) маркетинговий

б) фінансовий

в) кадровий

г) виробничий

11. Що таке ОЕСР

а) Організація з безпеки та співробітництва і Європі

б) Організація економічних спілок роботодавців

- в) Організація економічного розвитку та співробітництва
- г) Організація економіко-соціального розвитку

12. Інновація походить:

- а) від англійського «new»
- б) від латинського «novatio»
- в) з давньогрецької міфології
- г) необхідності суспільства до змін

13. Об'єктами інноваційної діяльності, згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» є:

- а) фізичні особи України
- б) товарна продукція
- в) нові знання та інтелектуальні продукти
- г) юридичні особи України

14. Трансформаційним лідерам притаманні:

- а) щирість
- б) егоцентризм
- в) гнучкість мислення
- г) харизма

15. Інтернаціоналізація – це:

- а) численні різновиди діяльності, програми та послуги, які мають місце у міжнародній освіті, міжнародному обміні та технічному співробітництві у цій галузі
- б) процес переходу приватної власності до державної. Держава проводить заходи націоналізації найчастіше, коли хоче контролювати фінансові потоки та вручну керувати фінансовою системою держави
- в) процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації
- г) цілеспрямована політика, що має на меті примусити підлеглі народи зрестися своїх національних особливостей.

16. Бар'єр некомпетентності – це:

- а) пов'язаний з задоволеністю деяких працівників, їх становищем на роботі, в побуті, що призводить до неактивності людини при впровадженні інновацій.
- б) виникає в результаті скорочення штатів, переміщення на нову роботу
- в) обумовлений складнощами впровадження, пов'язаними з невпевненістю робітників у своїх силах, щоб успішно справитися з роботою після нововведень
- г) прояв негативного ставлення до нового, недостатньо авторитетного або доцільного

17. Система суспільних цінностей, які відповідають інноваційному розвитку суспільства, держави, регіонів, галузей економіки, підприємств, організацій і відображають індивідуально-психологічні якості, інші найважливіші соціальні цінності людини, які сприяють формуванню та розвитку інноваційно активної особистості представляє:

- а) інноваційну культуру
- б) інноваційну стратегію
- в) інноваційну діяльність
- г) інноваційну підтримку

18. Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути:

- а) юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність або залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проектів
- б) фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність або залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проектів
- в) учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність
- г) Учасники підприємницької діяльності

19. Інноваційна діяльність – це:

- а) діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг
- б) сукупність науково-технічних, технологічних і організаційних змін
- в) предмет дослідження сучасної науки
- г) діяльність новостворених підприємств

20. Інновація – це:

- а) документ, що засвідчує авторство на винахід та виключне право на використання його протягом певного терміну
- б) кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, який використовують у практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг
- в) сукупність ознак технічного рішення, які відзначаються новизною і є необхідними та достатніми для визнання його винаходом
- г) усі відповіді вірні

21. Інновація – це результат творчої діяльності, що відтворюється у вигляді:

- а) економії собівартості; приросту прибутку; приросту фондоддачі
- б) підвищенні продуктивності праці; зниженні витрат; зростанні заробітної плати
- в) нових машин та верстатів; нових основних фондів; нових знарядь праці
- г) нового продукту, нової технології, нових організаційних форм

22. Керівництво ОСЛО це?

- а) рекомендації
- б) правила
- в) умови
- г) зауваження

23. Інноваційні процеси, що охоплюють упровадження нових методів і форм організації всіх видів діяльності підприємства та інших ланок суспільного виробництва (організаційних структур управління, форм організації різних типів виробництва й колективної праці тощо).

- а) технічні
- б) організаційні
- в) економічні
- г) соціальні

24. Інноваційні процеси, що охоплюють сферу господарського управління наукою та виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінювання результатів діяльності.

- а) технічні

- б) організаційні
- в) економічні
- г) соціальні

25. Псевдоінновації це:

- а) спрямовані на поліпшення споживчих властивостей моделей
- б) спрямовані на глобальні винаходи;
- в) спрямовані на часткове поліпшення моделей машин і технологій, що представляють «вчорашній день технологій»
- г) спрямовані на формування новітніх напрямків функціонування техніки.

26. Класифікацію рівнів знання, об'єднаного у таситне (неявне) та експліцитне (явне) запропонував:

- а) Р. Холл
- б) П. Андріані
- в) Т. Такахаші
- г) М. Полані

27. «Буфером» між таситним та експліцитним знанням є:

- а) квазіекспліцитне
- б) експлуатуюче
- в) дослідне
- г) організаційне

28. Стратегія, що пов'язана з прагненням фірми досягти лідерства на ринку шляхом створення та впровадження нових продуктів – це:

- а) традиційна
- б) ризикова
- в) наступальна
- г) випадкова

29. Креативні люди відрізняються:

- а) високим інтелектом і бояться ризику, боїться висловлювати свої ідеї вголос, і головною особливістю таких людей є оригінальність, але без прагнення підкреслити свою незвичність.
- б) побутовим інтелектом, готовністю до ризику, не боїться висловлювати свої ідеї вголос, і головною особливістю таких людей є оригінальність, але без прагнення підкреслити свою незвичність.
- в) високим інтелектом і готовністю до ризику, не боїться висловлювати свої ідеї вголос, і головною особливістю таких людей є оригінальність, але без прагнення підкреслити свою незвичність.

Г) усі відповіді вірні

30. Бар'єр, пов'язаний із задоволеністю деяких працівників, їхнім соціальним становищем на роботі, в побуті, що призводить до неактивності щодо впровадження інновацій називають

- а) бар'єром ідилії
- б) бар'єром збільшення психофізіологічного навантаження
- в) бар'єром винагородження (інтересу)
- г) бар'єром зміни місця роботи.

4.8. Перелік практичних завдань із навчальної дисципліни «Психологія управління інноваціями»

1. На ринку з'явилась і не принесла успіху радикальна інновація: провал повний. Спостереження за поведінкою споживачів показали, що цьому сприяли фактори, що називають «прокляттям радикальних інновацій». *Які психологічні фактори, що сприяли провалу радикальної інновації потрібно проаналізувати? Чому? Що врахувати на майбутнє?*

2. На обговоренні маркетингових заходів (психологічних аспектів) інноваційного продукту пролунала пропозиція втілити маркетингову стратегію, максимально наближену до моделі Дж. Мура. Яке інноваційне спілкування із споживачами пропонував дослідник і на які соціальні групи воно мало бути насамперед спрямоване на етапі раннього ринку? *Дайте психологічну характеристику всім групам споживачів, на які розбиває Дж. Мур споживачів інноваційних продуктів.*

3. У брендовому магазині відбувається презентація нового інноваційного дуже технологічного продукту. Продажі йдуть мляво. Прибуток сумнівний. Перспективи майбутнього даного продукту туманні. Хто є першими покупцями за градацією Дж. Мура? *Дайте їх психологічний портрет. Що потрібно зробити, щоб виправити ситуацію за Дж. Муром? Як подолати прірву між раннім та основним ринком? На які сегменти покупців має бути спрямовані зусилля продавців даного продукту на даному етапі?*

4. На роботу до організації прийнято 2 особи. За спостереженнями протягом 2 місяців випробувального терміну 1 особі надано наступну характеристику. Може здатися недисциплінованим, до своїх обов'язків ставиться не дуже відповідально. Найчастіше справляє враження людини поверхневої та несерйозної. Здатний до якісного та ґрунтового виконання рутинної та повсякденної роботи тільки протягом короткочасних поривів. Схильний делегувати рутинні функції іншим людям або уникати їх. У процесі досягнення поставленої мети не дуже охоче використовує вже відомі засоби. Виглядає не дуже ґрунтовним та практичним, часто шокує оточуючих. Швидше відшукуватиме нові проблемні області та нові рішення вже поставлених завдань. Вирішувати рутинні завдання просто нецікаво. Він цікавиться всіма супутніми аспектами проблеми, компетентний у взаємодії із нею. У зіткненні з новими та нестандартними ситуаціями відчувається «як риба у воді». Але при необхідності вирішувати завдання чи проблему вже відомими та апробованими способами наче «скисає». 2 особі надано характеристику таку: властива акуратність та надійність. У виконанні покладених на нього обов'язків він діловитий та дисциплінований. На нього здебільшого можна покластися, тому що всю роботу він виконує якісно. Схильність до методичності дозволяє йому досить ефективно здійснювати рутинну діяльність, може акуратно і докладно її виконувати. При цьому він не схильний на ризик, іноді навіть обґрунтований. У всьому справляє враження людини відповідальної. Виглядає несприйнятливим до нудьги. Чутливий до інших людей, сприяє згуртуванню та кооперації у групі. У зв'язку з тим, що він схильний до стабільних та стійких відносин, не дуже любить незвичайні форми поведінки. *Що це за типи особистості? Кого з них Ви б запросили на наради з висування інноваційної ідеї та висування пропозицій щодо нестандартних заходів? Чому? Дайте розлогу відповідь.*

5. На обідній перерві в місцевому кафе співробітники обговорюють можливі зміни в їх відділі. Висловлюються побоювання щодо того, що доведеться всім проходити підвищення кваліфікації та можливо доведеться переїхати до іншого району міста. *Які психологічні бар'єри впровадження інновацій присутні в даній ситуації? Як їх подолати? Дайте розлогу відповідь.*

6. На одній з особистих зустрічей з підлеглими керівник почув від співробітників, що вони побоюються, що з впровадженням нового інноваційного проекту їм доведеться набагато інтенсивніше працювати, залишатись на робочому місці поза нормово та висловлювались пропозиції щодо відкидання даних інноваційних заходів, оскільки і так дуже комфортно

співробітники себе почувають в плані зарплатні, кар'єрних можливостей та здійснення професійної діяльності. *Які психологічні бар'єри впровадження інновацій потрібно подолати? Які заходи має здійснити керівництво?*

7. У штаб квартирі відомого модного бренду прийнято рішення залучити до клієнтів сегмент молодих людей віком 20-27 років. Серед експертів висловились побоювання втрати привабливості бренду для постійних клієнтів, які асоціюють брендом з респектабельністю, класикою, розкішшю, винятковістю, а лінія для молоді має демонструвати енергію, демократичність, легкість, неklasичність, підкреслену новизну та інноваційність, нові поєднання кольорів, фасонів та стилей. *З яким бар'єром впровадження інновацій в даному випадку треба попрацювати менеджерам? Яку стратегію б Ви запропонували?*

8. Керівництво створило грандіозний інноваційний проект, який має вивести фірму на топові місця серед аналогічних фірм за рахунок проривних інновацій. Але колектив не сприймає дані зміни і демонструє опозиційну позицію, висловлює негативне ставлення до майбутніх інновацій. *Якими має стати комплекс дій керівництва? Надайте поради керівництву щодо покращення психологічного клімату в колективі в частині сприйняття майбутніх інновацій.*

9. Інноваційний проект, який має бути реалізований в організації, висунуто на громадське обговорення. Люди дуже по-різному реагують на майбутні зміни, які виглядають доволі революційно. *На які групи можна поділити співробітників організації за критерієм ставлення до інновацій? Як потрібно працювати з кожною групою для формування прихильності до даної інновації й формування оптимістичної готовності і беззаперечного бажання працювати в даному проекті і реалізовувати всі заплановані інновації?*

10. У господарській практиці керівники підприємств як фактори, що стримують інноваційну діяльність, називають такі: нестача власних фінансових коштів; високий рівень конкуренції; зношеність або відсутність обладнання; високий рівень оподаткування; нестача ринків збуту; тривалий період окупності нововведень; високий відсоток комерційного кредиту; високий економічний ризик науково-технічних заходів; нестача кваліфікованих кадрів; недосконалість законодавчих та нормативно – правових документів, що регулюють та що стимулюють інноваційну діяльність; відсутність дослідницької бази на виробництві. *До яких бар'єрів відносяться дані фактори стримування інноваційної діяльності? Дайте характеристику цим бар'єрам.*

4.9. ЗМІСТ ПРОГРАМИ ІЗ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ ЦІННОСТЕЙ»

Тема 1. Психологія цінностей як наукова і навчальна дисципліна

Психологія цінностей в системі наукового знання та її актуальність у роботі психолога й зокрема у сфері бізнесу. Об'єкт, предмет, основні поняття й методи психології цінностей. Основні підходи до вивчення теоретичних уявлень про цінності від античності до наших днів. Етимологія слова «цінність». Причини актуалізації проблеми необхідності вивчення психології цінностей у XXI столітті. Розуміння цінності на побутовому рівні та їх визначення у науковій літературі. Цінності як нормативна категорія. Співвідношення понять «цінність» і «вартість», «цінність» і «значущість», «цінність» і «потреба».

Тема 2. Цінності, ціннісні орієнтації і особистісний смисл

Співвідношення понять «цінність» і «ціннісна орієнтація». Ціннісні орієнтації особистості в гуманістичній і екзистенціальній психології (К. Роджерс, А. Маслоу, Г. Оллпорт, В. Франкл і ін.). Аксіопсихологія. Науково-теоретичний аналіз проблеми вивчення цінностей та ціннісних орієнтацій. Смисл як інтегральна основа особистості, як життєве завдання, як інтерпретація життя, як аспект інтеграції особистої та соціальної дійсності. Проблема співвідношення понять «цінність» і «ціннісна орієнтація». Ціннісні орієнтації особистості в

контексті різних психологічних теорій. Ціннісні орієнтації і установки. Поняття «особистісні цінності» як смислові утворення особистості й сутність особистісного смислу. Аналіз смислу як життєвого завдання, як інтерпретації життя, як аспекту інтеграції особистої та соціальної дійсності.

Тема 3. Проблема класифікації цінностей та їх функції

Традиції класифікації цінностей. Сутність деменціонального методу та його значення для класифікації цінностей (В. Франкл, Д. Леонтьєв). Проблема функцій цінностей у психологічній літературі. Ієрархія головних цінностей у філософській літературі та соціологічний аспект їх типологізації. Систематизація цінностей В. Крауса і класифікація цінностей Е.Фромма. Класифікація цінностей М. Рокіча у варіанті, адаптованому В. Ядовим. Списки цінностей за М. Рокічем. Проблема функцій цінностей у психологічній літературі. Функції цінностей за Л.Романюк.

Тема 4. Цінності у структурі особистості.

Проблема розкриття у психології структури особистості. Місце цінностей у структурі особистості. Визначення функцій цінностей в структурі особистості. Структурні концепції особистості. Дефініція особистості Е. Фромма. Глобальні складові, які виділяють з початку ХХІ століття психологи в структурі особистості. Схематичне відображення місця цінностей у структурі особистості. Підґрунтя для визначення місця і функцій цінностей в структурі особистості.

Тема 5. Психологічний розвиток як основа становлення цінностей

Загальні принципи психічного розвитку. Становлення в процесі розвитку. Психологічні механізми розвитку цінностей. Порівняльна психологія розумового розвитку (Х. Вернер) і система цілей індивідуального розвитку людини в психолого-педагогічній теорії Р. Хевігхерста. Сучасні визначення розвитку. Схеми розвитку запропоновані Л. Кольбергом, Г. Дюпоном, Дж. Ловингером та ін. Становлення особистості (Г. Костюк, В. Рибалко та ін.). Психологічні механізми розвитку особистості.

Тема 6. Становлення цінностей особистості та суб'єктивне благополуччя

Проблема зв'язку між цінностями і благополуччям. Ідіоцентризм і аллоцентризм. Універсальні моделі психологічного благополуччя. Кореляції між особистісними цінностями і суб'єктивним благополуччям як мірою задоволення життям. Взаємовпливи у становленні особистісних цінностей та суб'єктивного благополуччям. Прямі відношення між цінностями і благополуччям. Л. Сагів і Ш. Шварц про зв'язок між ієрархією цінностей. Головні типи потреб і благополуччя. Універсальні моделі психологічного благополуччя за Ш. Аїш.

Тема 7. Моделювання та психологічна діагностика становлення цінностей особистості

Структурно-функціональне моделювання в психології цінностей. Психодіагностика цінностей. Модель нелінійного процесу становлення цінностей особистості. Сутність структурно-функціональної моделі. Модель організаційного аналізу і класифікації парадигм соціальної теорії за Г. Барреллом і Г. Морганом і модель критичної соціальної освіти. Модель становлення цінностей особистості за Л. Романюк. Візуалізація простору становлення цінностей особистості. Компоненти моделі становлення цінностей особистості в університетському просторі соціалізації. Підходи до психодіагностики цінностей. Основні методики. Дослідження становлення цінностей та кроскультурні дослідження.

Тема 8. Фактори, механізми та умови становлення цінностей особистості

Емпірична картина становлення цінностей особистості. Особисті цінності менеджерів і бізнесменів. Психологічні механізми становлення цінностей особистості. Аксиологічний аспект

розвитку особистості. Взаємозв'язок становлення цінностей з факторами віку, фахового спрямування та культури. Кроскультурне вимірювання цінностей. Факторні навантаження цінностей відкритості до змін. Інтерація і креативність як механізми становлення цінностей особистості.

4.10. Перелік питань із навчальної дисципліни «Психологія цінностей»

1. Загальна характеристика розвитку теоретичних уявлень про цінності і ціннісні орієнтації особистості
2. «Цінність» як критерій етичного в поведінці
3. Ідеальний і абсолютний характер сфери цінностей як поняття духовності, що має божественне походження
4. Цінності як значимість предметів, засіб задоволення потреб людини
5. Суспільно-історичний характер цінностей в працях класиків Заходу
6. Цінності як суб'єктивний феномен в австрійській психологічній школі
7. Ціннісно-нормативна регуляція поведінки людини в рамках класичного психоаналізу
8. Значення цінностей і ціннісних орієнтацій особистості в гуманістичній і екзистенціальній психології
9. Інтегральна основа особистості в працях В. Франкла
10. Проблема спрямованості в загально-психологічних теоріях особистості
11. Особистісні цінності як регулятор активності людини
12. Модель організаційного аналізу і класифікації парадигм соціальної теорії за Г. Барреллом і Г. Морганом
13. Компоненти моделі становлення цінностей особистості в освітньому просторі соціалізації
14. Компоненти моделі становлення цінностей особистості в бізнес-просторі соціалізації
15. Підходи до психодіагностики цінностей. Передісторія психодіагностики цінностей
16. Внесок у психодіагностику цінностей Г. Оллпорта. «Тест вивчення цінностей» Г. Оллпорта, П. Вернона, Г. Ліндсея
17. Методика вивчення цінностей (The value survey), розроблена М. Рокічем (Rokeach, 1973)
18. Проективні методики для вивчення цінностей. Методика «автобіографія майбутнього» Дж. Гілеспі і Г. Оллпорта. Біографічний метод
19. Організація та методи дослідження становлення цінностей особистості. Модель нелінійного процесу становлення цінностей особистості
20. Психологічні механізми формування і розвитку ціннісних орієнтацій
21. Становлення цінностей в університетському просторі соціалізації
22. Соціально-психологічна сторона процесу становлення цінностей
23. Інтерація як механізм становлення цінностей особистості
24. Креативність як механізм становлення цінностей особистості
25. Організація відповідного простору становлення цінностей особистості
26. Психотехнологія становлення цінностей у моделі світу особистості
27. Становлення цінностей особистості засобами самоідентифікації
28. Становлення цінностей у розвитку особистості через простір відповідної соціалізації
29. Цінності в сфері бізнесу
30. Етичні проблеми психологічного впливу на становлення цінностей особистості у сфері бізнесу

4.11. Перелік тестових завдань із навчальної дисципліни «Психологія цінностей»

1. Що цінності лежать в основі економіки, багато в чому визначаючи темпи розвитку суспільства, рівень добробуту народу, відносини бізнесу з владою та працівниками було доведено ще в XIX столітті в працях:
 - а) М. Вебера і В. Парето;
 - б) В. Парето;
 - в) М. Вебера;

г) К. Маркса.

2. Закономірності, механізми і соціально-психологічні фактори становлення цінностей особистості та їх вплив на життя і діяльність людини в усіх сферах – це:

- а) мета навчальної дисципліни «Психологія цінностей»;
- б) об'єкт навчальної дисципліни «Психологія цінностей»;
- в) предмет навчальної дисципліни «Психологія цінностей»;
- г) завдання навчальної дисципліни «Психологія цінностей».

3. «Цінності є продуктами й об'єктами, які мають важливе значення для індивідуального і/чи групового благополуччя» – це визначення:

- а) наукового рівня;
- б) інтуїтивного рівня;
- в) семантичного рівня;
- г) філософського рівня.

4. Найвідоміше й найповніше дослідження цінностей та аттитюдів було проведене:

- а) Г. Оллпортом (Allport) у 30-х роках минулого століття;
- б) А. Маслоу (Maslow) у 60-х роках минулого століття;
- в) М. Рокічем (Rokeach) у 70-х роках минулого століття;
- г) І. Швейсгюзом (Schwesguth) у 90-х роках минулого століття.

5. Змістове наповнення понять «цінності» й «ціннісні орієнтації» в теорії дідосліджувалися:

- а) у соціальній психології (К. Клакхон);
- б) у когнітивній психології (С. Московічі);
- в) з позицій біхевіоризму (М. Рокіч);
- г) усі попередні відповіді правильні.

6. Психологічні засоби диференціації особистістю об'єктів оточуючої дійсності та визначення серед них суб'єктивно значущих відповідно до загальнолюдських цінностей – це:

- а) атитюди;
- б) ціннісні орієнтації;
- в) особистісний смисл;
- г) усі попередні відповіді правильні.

7. Феномен, що відображає соціокультурні трансгресії між суспільством, соціокультурними групами в ньому та особистістю, – це:

- а) цінності;
- б) ціннісні орієнтації;
- в) особистісний смисл;
- г) атитюди.

8. Смисл проявляється як:

- а) інтегральна основа особистості;
- б) життєве завдання й інтерпретація життя;
- в) аспект інтеграції особистої та соціальної дійсності;
- г) інтегральна основа особистості, життєве завдання, інтерпретація життя, аспект інтеграції особистої та соціальної дійсності.

9. За системою цінностей можна пізнати:

- а) інтереси людини;
- б) інтереси і потреби людини;
- в) інтереси, потреби, вчинки людини;
- г) інтереси, потреби, вчинки людини та стан суспільства.

10. Допомогу своєму найближчому оточенню, допомогу ширшому колу людей, естетизацію власного і довколишнього життя, діяльну участь у розбудові цивілізації, пізнання і споглядання, релігійні переживання і Бога – визначає австрійський культуролог, психолог і політолог В. Краус як:

- а) «зневажені ідеали»;

- б) первинні цінності;
- в) вторинні цінності;
- г) найвищі цінності, що становлять сенс життя.

11. З метою з'ясування, як і чому цінності людей відрізняються, М. Рокіч і його колеги розробили для систематичного дослідження список:

- а) з 18 термінальних і 18 інструментальних цінностей;
- б) з 18 інструментальних цінностей;
- в) з 18 термінальних цінностей;
- г) з 36 цінностей.

12. Традиційно основою цінностей визначали Божественний авторитет, а серед моделей, які не визнають його, Е. Фромм називає:

- а) концепцію повного релятивізму, яка проголошує «всі цінності є особистою справою кожного і які поза особою не мають ніяких підстав»;
- б) концепцію внутрішньої притаманності цінностей суспільству, за якою найвищими цінностями і обов'язковими для кожної особи є усі норми, які сприяють виживанню цього конкретного суспільства;
- в) концепцію, пов'язану з «біологічно іманентними цінностями», спільними для тварин і людей;
- г) усі попередні відповіді правильні.

13. Цінності як суспільні ідеали не зводяться до суб'єктивних уявлень, а перш за все відображають практичний досвід життєдіяльності конкретного соціуму. Реальні цінності соціуму не збігаються з ідеалами, сформульованими у вигляді ідеологічних конструкцій. Такий висновок науково обґрунтував:

- а) І. Бех;
- б) Д. Леонт'єв;
- в) М. Рокіч;
- г) В. Ядов.

14. Усі науковці, які вивчали питання функцій цінностей, сходяться на тому, що вони виконують основну функцію:

- а) навчальну;
- б) виховну;
- в) регулятивну;
- г) консультативну.

15. Вивчення цінностей, введене Г. Олпортом і Ф. Верноном (Allport, Vernon, 1931), ґрунтується на таких базових різновидах цінностей:

- а) теоретичні цінності, економічні цінності, естетичні цінності, соціальні цінності, політичні цінності, релігійні цінності;
- б) теоретичні цінності та релігійні цінності;
- в) економічні та політичні цінності;
- г) естетичні та соціальні цінності.

16. На початку ХХІ століття наявним фактом є те, що сучасні психологи в структурі проявів особистості виділяють такі глобальні складові:

- а) індивіда як психосоматичну організацію особистості, яка робить її представником людського роду;
- б) персону як соціально-типові утворення особистості, створені під впливом соціального оточення;
- в) індивідуальність як своєрідне поєднання особливостей, які відрізняють одну людину від іншої;
- г) індивіда як психосоматичну організацію особистості, персону як соціально-типове утворення особистості, індивідуальність як своєрідне поєднання особливостей людини.

17. Підґрунтям для визначення місця і функцій цінностей можна вважати:

- а) відношення «людина-людина» і «людина-природа»;

- б) значення, яке приписує людина природному і соціальному довкіллю, на основі чого їх приписує, як їх оцінює і переживає та на основі чого їх оцінює і переживає;
- в) відношення «людина-природа» і «людина-суспільство»;
- г) відношення «людина-людина».

18. Самостворюваність себе як людини, сама здатність і можливість такої самостворюваності передбачає наявність психологічного знаряддя, яке б координувало і спрямовувало процес самостворення. Таким знаряддям у соціально зрілої людини є:

- а) цінності;
- б) ціннісні орієнтації;
- в) комплекс психічних знарядь;
- г) комплекс психічних знарядь, серед яких базовими є цінності і ціннісні орієнтації.

19. Значущість і смисл практично всього, що робить людина, визначається домінуючою цінністю і ціннісною орієнтацією. Таке узагальнення зробили психологи:

- а) І. Бех;
- б) Л. Х'єлл і Д. Зіглер;
- в) С. Рубінштейн;
- г) О. Леонтьєв.

20. Загальні принципи психічного розвитку включають:

- а) принцип сталої динамічної нерівноваги як джерело розвитку системи;
- б) принцип взаємодії тенденцій до збереження та зміни (спадковості – мінливості) як умова розвитку системи;
- в) принцип диференціації – інтеграції, що виступає як критерій розвитку структури;
- г) усі вищезазначені принципи.

21. У нас немає необхідності шукати причини поведінки всередині організму, оскільки поведінка управляється навколишнім середовищем, вважали представники:

- а) біхевіоризму;
- б) психолого-педагогічної теорії;
- в) епігенетичної теорії;
- г) гештальтпсихології.

22. Під час розгляду цілеспрямованості індивідуального розвитку необхідно мати на увазі:

- а) єдину сутність людини;
- б) двоєдину сутність людини;
- в) триєдину сутність людини;
- г) усі попередні відповіді правильні.

23. До закономірностей психічного розвитку не відносять:

- а) рівномірність і послідовність;
- б) нерівномірність і гетерохронність;
- в) сенситивність вікову і кумулятивність;
- г) дивергентність і конвергентність.

24. Внутрішньоособистісна сторона становлення цінностей і ціннісних орієнтацій залежать від процесів:

- а) сенсорних, перцептивних, мнемічних, імажинітивних, мислительних і аттенційних;
- б) тільки сенсорних і перцептивних;
- в) тільки мнемічних і мислительних;
- г) тільки імажинітивних і аттенційних.

25. Алоцентризм:

- а) включає дотримання цінностей та уподобань надання вищого значення потребам та цілям групи над власними, визначаючи себе з точки зору групи та розглядаючи себе як продовження групи;
- б) віддає перевагу самостійності у прийнятті рішення, не турбуючись про те, що думають інші, і насолоджуючись конкуренцією;
- в) більше зосереджується на власних цілях та потребах, а не на групових;

г) не виявлено ніяких значущих кореляцій між алоцентризмом та суб'єктивним благополуччям.

26. Ідіоцентризм:

- а) більше зосереджується на власних цілях та потребах, а не на групових;
- б) віддає перевагу самостійності у прийнятті рішення, не турбуючись про те, що думають інші, насолоджуючись конкуренцією;
- в) включає дотримання цінностей та уподобань надання вищого значення потребам та цілям групи над власними, визначаючи себе з точки зору групи та розглядаючи себе як продовження групи;
- г) виявлено значущі кореляції між ідіоцентризмом та суб'єктивним благополуччям.

27. Універсальні моделі психологічного благополуччя:

- а) показують підхід до психологічного благополуччя на основі вроджених людських пореб (Ш. Аїш);
- б) висновки про причинно-наслідкові зв'язки між конструкціями з кореляційних даних, які не потрібно робити (Е. Дієнер);
- в) між культурою та особистістю не існує важливих відмінностей;
- г) ні особистість, ні культура не відіграють роль у розумінні людиною її суб'єктивного благополуччя.

28. Перший суттєвий внесок у психодіагностику цінностей зробив:

- а) Г. Оллпорт;
- б) М. Рокіч;
- в) Ш. Шварц;
- г) Д. Леонт'єв.

29. Адаптовану версію тесту «Ціль в житті» (Purpose-in-Life Test, PIL) являє собою такий інструмент:

- а) СЖО;
- б) ціннісні орієнтації;
- в) портрети цінностей;
- г) NLP.

30. Розвиток цінностей особистості засобами особистісної ідентифікації реалізувався за допомогою:

- а) феноменологічно-синергетичної психотехніки становлення цінностей;
- б) НЛП;
- в) КБТ;
- г) ТПТ.

4.12. Перелік практичних завдань із навчальної дисципліни «Психологія цінностей»

1. Наведіть конкретні приклади впливу певних ціннісних орієнтацій на поведінку людини.
2. Схематично відобразіть місце цінностей у структурі особистості.
3. Створіть каталог тестових методик, що діагностують цінності особистості.
4. Методологічний підхід, побудований на теорії Ш. Шварца (1992) виділяє наступні *базові цінності*: самостійність, стимуляція, досягнення, доброзичливість, гедонізм, універсалізм, влада, безпека, конформність, традиції). *Дайте короткі визначення кожної цінності.*
5. Найпоширенішою серед психологів залишається класифікація М. Рокіча. Класифікуючи цінності, дослідник поділив їх на два головні різновиди: інструментальні (за способами поведінки) і термінальні (за кінцевими цілями). Інструментальні цінності також поділив на дві групи (моральні цінності і цінності компетентності), а термінальні – на цінності особистісні і соціальні. *Представте дану класифікацію у вигляді таблиці.*
6. У житті людини та суспільства цінності визначають напрями, зразки діяльності. Будучи орієнтирами, вони постають у формі *ідеалів* – вільно прийнятих зразків поведінки, прообразів досконалих предметів, які орієнтують людину на піднесення над буденною реальністю. Будучи зразком, ідеал постає як мірило реальності. Неадекватне ставлення до ідеалу перетворює його на ідола. Якщо молода людина жертвує своєю вільною екзистенцією, своїм неповторним життям, копіюючи в поведінці, фізичній подобі улюблених кінозірку, співака, спортсмена, вона

перетворює ідеал на ідола, кумира. В ідеалі людина не зникає, вона формує себе, має себе самоціллю, в ідолі вона втрачається, її метою є інший. Тому застереження «не сотвори собі кумира!» є не лише релігійною, а й антропологічно-екзистенційною заповіддю. *Про яку функцію цінностей ідеться у наведеному прикладі?*

7. З цінностями тісно пов'язані оцінки, які виявляють себе у таких типових випадках:

1) оцінка як співвідношення речі з потребами людини. У такому разі оцінювання постає як пізнання речі щодо її здатності задовольнити потреби людини. Наприклад, первісна людина пізнала й оцінила їстівні рослини, сучасна людина оцінила зручність їзди на авто. Це пізнання-оцінювання відкриває для суб'єкта цінність певної речі чи явища. Оцінити за таких умов означає визнати феномен як цінність, надати йому значення цінності;

2) оцінка як підведення під норму, правило, закон. Наприклад, суддя оцінює вчинок, підводячи його під закон, експерт оцінює технічний витвір чи бізнесовий проєкт, підводячи його під технічні норми чи норми ризику. За такої ситуації оцінка виявляє себе як акт пізнання щодо відповідності вчинку чи творіння людини нормі. Як і в першому випадку, підведення під норму є конституюванням, визнанням цінності; 3) оцінка як вибір серед двох і більше цінностей. У цьому разі йдеться не про визнання (пізнання) цінності (таке визнання здійснено раніше), а про вибір між уже визнаними цінностями. *Яким чином постає оцінка цінностей у кожному з трьох представлених вище варіантів?*

8. Для діагностики цінностей популярним вважається опитувальник «Список особистісних переваг» А. Едвардса (Edwards Personal Preference Schedule, EPPS), створений у середині 50-х років ХХ ст. для вимірювання виражених у поведінці проявів соціогенних потреб нормальної людини. *Зазначте шкали, за якими даний опитувальник здійснює виміри.*

9. Становлення цінностей – досить складний процес, який триває довго та є нелінійним за своєю сутністю. Він містить у собі етапи: 1) зустрічі з цінністю; 2) усвідомлення особистістю цінності; 3) прийняття цінності; 4) реалізація цінностей у діяльності, спілкуванні й поведінці; 5) закріплення в статусі особистісного утворення; 6) актуалізація у ціннісних ситуаціях. *Проілюструйте даний процес на конкретному життєвому прикладі.*

10. Становлення цінностей особистості в університетському просторі, його характеристик і функцій здійснюється через ключові аспекти понять «простір» і «середовище» та операціональну тріаду – «соціокультурне середовище», «освітній простір» і «освітнє середовище». *Яку із вище перерахованих дефініцій представлено нижче: «Це сукупність зовнішніх умов функціонування освітніх установ, що включає особливості конкретно-історичної ситуації, характер перебігу процесів в основних сферах суспільства, систему нормативних вимог до організації освітнього процесу та її зміни. Використання цього поняття дозволяє відобразити багатовимірний контекст, єдиний для порівнюваних об'єктів дослідження, задати інтегральні параметри соціальної онтології, які опосередковано визначають конкретну специфіку формування освітнього простору в сучасній Україні та реалізації освітніх функцій у межах його структур».*

5. Критерії оцінювання відповідей атестаційного екзамену

Проведення атестаційного екзамену є обов'язковим для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм навчання. Такий захід дозволяє здійснити підсумковий контроль знань за всіма змістовими модулями дисциплін, що входять до змісту програми атестаційного екзамену. Максимальна кількість балів за атестаційний екзамен – 100 балів. Екзамен проводиться у письмовому вигляді і включає три теоретичні питання, практичне завдання, дві психологічні задачі та тестові завдання.

Критерії оцінювання відповіді на теоретичне питання

Бали	Відповідь на питання
15-20	Відповідь на теоретичне питання дана у повному обсязі. Прослідковується ґрунтовне теоретичне володіння навчальним матеріалом із наведенням прикладів у професійному застосуванні. Виклад матеріалу характеризується логічною побудовою із постановкою проблеми та шляхів її розв'язання у практичній площині.
10-14	Теоретичне питання розкрито у достатньому обсязі, прослідковується орієнтування здобувача вищої освіти у теоретичному матеріалі, проте недостатньо розкрито практичне застосування теоретичних знань у практиці діяльності бізнес психолога.
5-9	Теоретичне питання розкрито поверхово, прослідковується слабе орієнтування здобувача вищої освіти у теоретичному матеріалі із недостатньо розкритим практичним застосування теоретичних знань у практиці діяльності психолога.
1-4	Теоретичне питання розкрито суто у прикладній площині без опори на теоретичне підґрунтя.
0	Відповідь відсутня

Критерії оцінювання відповіді на практичне завдання

Бали	Відповідь на питання
8-10	Практичне завдання розв'язане у повній мірі, обґрунтоване теоретичними положеннями навчального матеріалу, прослідковується здатність прогнозувати можливі варіанти професійних альтернатив
5-7	Практичне завдання розв'язане у повній мірі, обґрунтоване теоретичними положеннями навчального матеріалу, проте здобувачем вищої освіти не зазначено можливі варіанти професійних альтернатив
1-4	Практичне завдання розв'язане без теоретичного обґрунтування
0	Практичне завдання не розв'язане

Критерії оцінювання відповіді на тестове питання

Бали	Відповідь на питання
1	Відповідь вірна
0	Відповідь не вірна

При вирішенні питання про рівень підготовленості здобувачів вищої освіти до атестаційного екзамену комісії, керуючись критеріями і положеннями, які розроблені Міністерством освіти України.

Атестаційний екзамен оцінюється за стобальною шкалою, яка переводиться в національну шкалу:

Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою	Еквівалент оцінки за п'ятибальною шкалою	
			денна форма навчання	заочна форма навчання

A	90-100	відмінно	5	5
B	80-89	дуже добре	4	4
C	70-79	добре	4	
D	60-69	задовільно	3	3
E	50-59	достатньо	3	
FX	35-49	незадовільно	2	2

A 90-100 балів «відмінно» 5 – якщо здобувач вищої освіти показав різнобічні, систематичні і глибокі знання навчально-програмового матеріалу, вичерпно, послідовно, грамотно і логічно правильно його подає, тісно пов'язує теорію з практичною діяльністю, вільно розв'язує задачі, завдання, правильно відстоює прийняті рішення, виявляє вміння самостійно узагальнювати і викладати матеріал, не допускаючи помилок. Як правило, оцінка «відмінно» виставляється здобувачам вищої освіти, які засвоїли взаємозв'язок основних понять дисциплін, усвідомили їх значення для освітньо-професійної підготовки, проявили творчі здібності у розумінні, поданні і використанні навчального матеріалу.

B, C 70-89 балів «добре» 4 – якщо здобувач вищої освіти показав різнобічні, систематичні і глибокі знання навчального матеріалу, вичерпно, послідовно, грамотно і логічно правильно його подає, тісно пов'язує теорію з практичною діяльністю, вільно виконує задачі, завдання, правильно відстоює прийняті рішення, виявляє вміння самостійно узагальнювати і викладати матеріал, допускаючи незначні помилки, повне знання навчально-програмового матеріалу, успішно виконує передбачені програмою завдання, засвоїв основну літературу, яку рекомендовано програмою. Як правило, оцінка «добре» виставляється здобувачам вищої освіти, які показали системний характер знань із дисциплін та здібності до їх самостійного поповнення й поновлення в процесі подальшої навчальної роботи і професійної діяльності, володіють необхідними вміннями та навичками під час виконання практичних завдань.

D, E 50-69 бали «задовільно» 3 – якщо здобувач вищої освіти показав знання основного навчального матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання і практичної роботи, справляється з виконанням завдань передбачених програмою, допущено погрішності у відповіді на екзамені, відчуються труднощі під час виконання практичних завдань, але володіє необхідними знаннями для їх усунення під керівництвом викладача.

FX 0-49 балів «незадовільно» 2 – якщо здобувач вищої освіти виявив прогалини в знаннях основного навчально-програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань, а також відчував значні труднощі в процесі виконання практичної частини екзаменаційного білету.

Результати складання випускного кваліфікаційного екзамену оцінюються за чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вносяться у виписку до диплому, відомість обліку успішності здобувача вищої освіти, залікову книжку, індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти (крім «задовільно», «незадовільно»).

6. Приклади білету атестаційного екзамену

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Розглянуто та схвалено на засіданні
кафедри психології, педагогіки та соціології
Протокол №_ від «__» _____ 20__ року
Завідувач кафедри

Затверджено Вченою
радою Державного податкового
Університету
Протокол №__ від «__» _____ 20__ року

_____ І.О. Петухова

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)
галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність 053 «Психологія»
Освітня програма «Психологія. Психологія бізнесу»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

(до випускного атестаційного екзамену)

I. Теоретичне питання (1 питання – 0-20 балів. За теоретичні питання від – до 60 балів).

1. Психологія бізнесу як міждисциплінарна наука, її предмет, об'єкт, завдання, місце, роль в системі наук
2. Моделі інноваційних процесів
3. Загальна характеристика розвитку теоретичних уявлень про цінності і ціннісні орієнтації особистості

II. Виконати практичне завдання (1 завдання - 10 балів, 3 задачі – 30 балів)

1. Проаналізувати ситуацію та запропонувати варіант рішення: «Між двома працівниками в організації виник конфлікт з особистих питань, який заважає їм успішно працювати. Кожен із них поодиночі звертається до керівника із проханням, щоб він розібрався та підтримав його позицію. *Як вчинити керівнику?*».
2. У господарській практиці керівники підприємств як фактори, що стримують інноваційну діяльність, називають такі: нестача власних фінансових коштів; високий рівень конкуренції; зношеність або відсутність обладнання; високий рівень оподаткування; нестача ринків збуту; тривалий період окупності нововведень; високий відсоток комерційного кредиту; високий економічний ризик науково-технічних заходів; нестача кваліфікованих кадрів; недосконалість законодавчих та нормативно – правових документів, що регулюють та що стимулюють інноваційну діяльність; відсутність дослідницької бази на виробництві. *До яких бар'єрів відносяться дані фактори стримування інноваційної діяльності? Дайте характеристику цим бар'єрам.*
3. Наведіть конкретні приклади впливу певних ціннісних орієнтацій на поведінку людини.

Знайти вірну відповідь у тестових завданнях: (10 балів)

1. До чого веде психологія експлуатації співробітників, зниження рівня зарплат та інших виплат?
 - а) власники підприємств і закупівельних організацій отримують більші доходи без шкоди бізнесу у короткостроковій перспективі;
 - б) малооплачувані працівники не дотримуються трудової та виробничої дисципліни, не зацікавлені в результатах праці
 - в) співробітники з низькою оплатою праці прагнуть підробити на стороні, скорочуючи час відпочинку та підривають своє здоров'я
 - г) все перераховане правильно.
2. Чи можна висловити психологію торгівлі у вигляді графіків чи математичних моделей?
 - а) оскільки психологія купівлі-продажу кожного суб'єкта ринку своя, створення загальних

графіків і моделей неможливо

- б) психологія торгівлі біржовими активами добре описується технічним аналізом
- в) психологія торгівлі закладається розробниками штучного інтелекту у біржових роботах (алгоритмічну торгівлю)
- г) психологія торгівлі полягає в людських емоціях, характері, віці, схильності до ризику, що загалом неможливо описати математично.

3. Що заважає впровадженню інновацій на підприємстві?

- а) впровадженню інновацій заважає психологічний опір будь-яким нововведенням, включаючи технології, гаджети, програмні продукти
- б) інновації туго впроваджуються через забобони працівників, їх лінощів і небажання вчитися
- в) активному впровадженню інновацій заважає законодавча база
- г) інновації недостатньо активно впроваджуються у виробництво через дефіцит грошових коштів та труднощі отримання банківського кредиту.

4. З якою метою підприємці та представники бізнесу нагнітають ажіотаж?

- а) психологічне нагнітання ситуації (наприклад, шляхом заяв про швидке підвищення цін) допомагає швидко реалізувати товар за підвищеними цінами
- б) нагнітання ситуації над ринком шляхом проведення інтенсивної рекламної кампанії дозволяє збільшити завантаження виробничого устаткування
- в) нагнітання ситуації на ринку шляхом здійснення піар-акцій дозволяє збільшити коефіцієнт змінності (кількість змін на підприємстві) та збільшити прибуток
- г) все перераховане правильно

5. Що передбачає стратегія патієнтів (сегментна стратегія)?

- а) створенням нових або радикальною зміною старих сегментів ринку
- б) виготовлення особливої, унікальної продукції для обмеженого кола споживачів
- в) підвищення споживчої цінності товару не за рахунок надвисокої якості, а за рахунок

задоволення незначних за обсягом потреб клієнтів, тобто індивідуалізації послуги.

- г) зміни наукової спрямованості в ході життєдіяльності фірми

6. Автором теорії «довгих хвиль» був:

- а) Й. Шумпетер;
- б) К. Маркс;
- в) Адам Сміт;
- г) М. Кондратьєв.

7. Приклад елементів інноваційної інфраструктури

- а) технопарки, технополіси
- б) університети
- в) суди
- г) ІТ-компанії

8. Перший суттєвий внесок у психодіагностику цінностей зробив:

- а) Г. Оллпорт;
- б) М. Рокіч;
- в) Ш. Шварц;
- г) Д. Леонтьєв.

9. Адаптовану версію тесту «Ціль в житті» (Purpose-in-Life Test, PIL) являє собою такий інструмент:

- а) СЖО;
- б) ціннісні орієнтації;
- в) портрети цінностей;
- г) NLP.

10. Розвиток цінностей особистості засобами особистісної ідентифікації реалізувався за

допомогою:

- а) феноменологічно-синергетичної психотехніки становлення цінностей;
- б) НЛП;
- в) КБТ;
- г) ТПТ.

Декан факультету соціально-гуманітарних
технологій та менеджменту

доктор наук із соціальних комунікацій, професор _____ Н.І. Зикун

Укладач:

Завідувач кафедри, кандидат педагогічних наук, доцент _____ І.О. Петухова

Гарант ОП кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри _____ О.О. Нежинська

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна:

1. Данчева О. В. Швалб Ю. О. Практична психологія в економіці та бізнесі: навчальний посібник. Київ : Лібра, 2019. 270 с.
2. Психологія бізнесу : навч. посібник / Р. А. Калениченко, А. С. Коханець, О. О. Нежинська. Ірпінь : Державний податковий університет, 2022. 270 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1TG4Fc_QtoB79Xws1_CVexcPYhWFpiR7R/view
3. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.
4. Романюк Л. В. Психологія цінностей: навчальний посібник. Ірпінь : Державний податковий університет, 2022. 504 с.

Допоміжна:

5. Гусєва О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019. 257с.
6. Мілютіна К.Л., Трофімов А.Ю. Психологія сучасного бізнесу. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 168 с.
7. Пілецька Л. С. Психологія бізнесу: довідково-методичний посібник. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1759_23433496.pdf
8. Психологія управління: навчальний посібник / Р.А. Калениченко, О.Г. Льовкіна, Г.Ю. Мустафаєв, О.В. Войтенко, І.О.Петухова, О.Е. Харіна, М.В. Семиліт. Ірпінь: Національний університет державної фіскальної служби України, 2018. 262 с.
9. Прищак, М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник. Вінниця, 2016. 150 с.
10. Романюк Л. В. Психологія цінностей і ціннісні орієнтації студентів: монографія. Київ, 2020. 202 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

11. Журнал Forbes Україна. URL: <https://subscribe.forbes.ua/>
12. Національна психологічна асоціація. URL: <https://www.npa-ua.org/>
13. Науково-практичний журнал «Наука та інновації». URL: <https://scinn.org.ua/ua>
- Організаційна психологія. Економічна психологія. URL: <http://orgpsy-journal.in.ua/index.php/oper>
15. Українська асоціація організаційних психологів та психологів праці URL: <https://www.npa-ua.org/>
16. Український бізнес ресурс. URL: <https://www.linkedin.com/company/ubrwa>
17. Центр розвитку інновацій. URL: <https://cid.center/>

Міжнародні видання

18. Davis, P. E., & Bendickson, J. S. (2020). Strategic antecedents of innovation: Variance between small and large firms. *Journal of Small Business Management*, p.1-26.
19. Kim, M. J. (2019). A Study on Management Competency Affecting Organizational Performance. *The International Journal of Advanced Culture Technology*, 7(2), p.93-102
- Margund K. Rohr, Frieder R. Lang. Aging Well Together – A Mini-Review. *Gerontology*. 2019. No 3. Vol. 5. P. 333–343.
20. Park D. C. Applied cognitive aging research. In F. I. M.Craik & T. A. Salthouse (Eds.). *The handbook of aging an cognition*. Hilstade, N.J.: Erbaum, 2019.
21. Psychological principles of successful aging technologies: a mini-review / [Ulman Lindenberger, Marti Lovden, Michael Schellenbach, Shu-Chen Li, Antonio Kruger]. *Gerontology*. 2018. № 1. Vol. 54. P. 59–68.
22. Rohr M. K., Frieder R. Lang Aging well together – A mini review. *Gerontology*. 2019. № 3. Vol. 5. P. 333–343.