

Сухорукова, Н. Г.

Экономическое поведение : учеб. пособие / Н. Г. Сухорукова, С. А. Филатов ; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. — 2-е изд., испр. и доп. — Новосибирск : НГУЭУ, 2016. — 144 с.

Оглавление

Предисловие.....	5
Введение.....	6
Глава 1. Экономическое поведение как объект и предмет изучения социальной теории.....	11
§ 1.1. Общая характеристика основных методологических подходов к изучению экономического поведения.....	11
§ 1.2. Экономическое поведение как объект и предмет изучения экономической теории.....	13
§ 1.3. Социологический подход к изучению экономического поведения.....	24
Контрольные вопросы и задания.....	34
Рекомендуемая литература.....	35
Глава 2. Экономическое поведение реального субъекта экономики.....	36
§ 2.1. Характеристика модели экономического поведения «человек реальный».....	36
§ 2.2. Понятие и содержание экономического поведения.....	40
§ 2.3. Механизм формирования экономического поведения.....	47
§ 2.4. Мотивация экономического поведения.....	53
Контрольные вопросы и задания.....	59
Рекомендуемая литература.....	60
Глава 3. Экономическая культура как важнейшая детерминанта экономического поведения.....	62
§ 3.1. Содержание и функции экономической культуры...	62
§ 3.2. Историческая динамика российской экономической культуры.....	69
§ 3.3. Формирование новой экономической культуры в России.....	78
Контрольные вопросы и задания.....	82
Рекомендуемая литература.....	82

Глава 4. Многообразие видов экономического поведения	84
§ 4.1. Классификация видов экономического поведения..	84
§ 4.2. Предпринимательское поведение.....	89
§ 4.3. Организационное поведение.....	97
§ 4.4. Трудовое поведение.....	100
Контрольные вопросы и задания.....	109
Рекомендуемая литература.....	110
Глава 5. Пути и способы воздействия на экономическое поведение.....	113
§ 5.1. Социальные технологии управления экономическим поведением: понятие и характеристика.....	113
§ 5.2. Социально-экономическая политика государства как социальная технология управления экономическим поведением.....	117
§ 5.3. Реклама как социально-коммуникативная технология управления потребительским поведением.....	125
Контрольные вопросы и задания.....	136
Рекомендуемая литература.....	136
Заключение.....	138