

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



Психологія економічної діяльності в умовах інформаційної економіки

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	24 "Сфера обслуговування"
Спеціальність	242 "Туризм"
Освітній рівень	третій (освітньо-науковий)
Освітня програма	"Туризм"

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова
українська

Завідувач кафедри туризму

О. А. Сущенко

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2020

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри туризму
Протокол № від 28.01.2020 р.

Розробники:
Наумік-Гладка К.Г., д.е.н., проф., професор кафедри туризму

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри
		1	

1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни: Психологія економічної діяльності в умовах інформаційної економіки є інструментом стабільного розвитку та ефективної діяльності суб'єктів економічної діяльності туристичного бізнесу. Інтереси окремих суб'єктів туристичної діяльності мають бути узгоджені та формувати позитивну мотивацію, що забезпечує задоволення потреб на усіх рівнях господарювання.

Зміст дисципліни “Психологія економічної діяльності в умовах інформаційної економіки” заснований на основних тенденціях розвитку сучасної економічної науки, соціально-орієнтованого менеджменту, психології й нейрофізіології, а саме: гуманізація та психологізація економічних явищ, формування й розвиток людського капіталу; використання рефлексивного підходу в управлінні, інформатизація соціально-економічних процесів.

Заняття з дисципліни “Психологія економічної діяльності в умовах інформаційної економіки” спрямовані на формування теоретичних та практичних знань з проблем психологізації управління економічними процесами в туризмі. Основні актуальні напрями формування й розвитку знань з дисципліни “Психологія економічної діяльності в умовах інформаційної економіки” такі: вивчення теоретичних основ психології економічної діяльності в умовах інформаційної економіки; дослідження сутності туристичної діяльності як виду економічної діяльності та факторів, що її обумовлюють; розкриття змісту психології туристичної діяльності; дослідження нейропсихологічних засад підприємницької діяльності; визначення взаємозв'язку мотиваційної спрямованості особистості з вибором професійної діяльності в туризмі, рівнем її трудової активності й здібностями до творчості; та впливу грошей на формування особистості; вивчення психологічних аспектів процесу споживання в туризмі; визначення ролі психологічного знання в системі управління туристичним підприємством та актуальних напрямів розвитку знання сучасної інформаційної економіки.

Предмет дисципліни — закономірності формування, функціонування та розвитку психіки й економічної поведінки людини в умовах інформаційної економіки.

Мета навчальної дисципліни: сформувати у здобувачів систему знань про сутність дисципліни “Психологія економічної діяльності в умовах інформаційної економіки”, навчити їх використовувати нейропсихологічний підхід в управлінні економічною поведінкою людей в сфері туризму.

Курс	1А	
Семестр	1	
Кількість кредитів ECTS	150	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	16
	семінарські, практичні	24
Самостійна робота		110
Форма підсумкового контролю	залік	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
“Філософія”	Міжнародний туризм
Основи психології	Маркетинг в туризмі
Основи менеджменту та маркетингу	Менеджмент в туризмі

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Назва компетентності / Код компетентності	Складові компетентності
Виявляти проблеми в управлінні підприємствами туристичної індустрії, здійснювати збір необхідної інформації та приймати оптимальні управлінські рішення	Визначати взаємозв'язок внутрішніх та зовнішніх соціально-психологічних елементів управління підприємствами туристичної індустрії
	Здійснювати інформаційне забезпечення процесу управління в аспекті нейроекономіки
	Визначати технологію розробки та реалізації управлінських рішень використовуючи знання нейроекономіки
Аналізувати і розробляти оптимальний маркетинговий комплекс туристичного підприємства з метою задоволення потреб туристів	Приймати до уваги інформаційні умови господарювання та використовувати знання нейроекономіки до організації маркетингової діяльності на підприємстві туристичної галузі
Обирати найбільш відповідні засоби і методи управління підприємством в залежності від особливостей господарської діяльності у сфері туристичної індустрії	Визначати доцільність застосування соціально-нейропсихологічних методів управління
	Розробляти та реалізовувати стратегію та тактику соціально-психологічної мотивації на основі знання нейропсихології
	Аналізувати та узагальнювати інформаційні умови господарювання, визначати нейро-економічні інструменти впливу
Здійснювати обґрунтування прийняття господарських рішень та їх реалізацію	Володіти нейро-економічними прийомами управління організаційними змінами
	Визначати технологію розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень заснованих на нейро-економічному знанні
	Обґрунтовувати господарські рішення з урахуванням впливу нейро-економічних чинників зовнішнього середовища
Забезпечувати розвиток персоналу з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств	Використовувати нейро-економічні принципи мотивації персоналу
	Здійснювати оперативний контроль та регулювання трудової поведінки
	Застосовувати методи розвитку персоналу
	Застосовувати методи оцінки діяльності персоналу

	Обґрунтувати характеристики елементів маркетингового комплексу для підприємств туристичної галузі на основі знань нейро-економіки
--	---

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Інформаційна економіка

Тема 1. Теоретичні основи інформаційної економіки

Предмет, об'єкт інформаційної економіки. Наукові підходи дослідження формування та розвитку системи знань щодо інформаційної економіки. Взаємозв'язок наукових дисциплін та їх вплив на формування інформаційної економіки.

Базові категорії інформаційної економіки (економічна інформація, економічна діяльність, економічні взаємини, соціально-економічне сприйняття, економічне мислення, відчуття, які включені в економічну діяльність).

Сфери дослідження економічної діяльності в сфері туризму: макрорівень, мезорівень, мікрорівень, відносини "бізнес-бізнес", «бізнес-споживач».

Методи дослідження та розвитку інформаційної економіки (загальнонаукові методи, економічні, та нейрон-біологічні та психологічні методи).

Література: [2, с. 256-265; 3, с. 9 – 15; 6, с.10 – 30; 8, 10 – 17].

Тема 2. Економічна діяльність в сфері туризму

Економічна діяльність в сфері туризму: сутність і зміст поняття.

Види економічної діяльності в туризму (інноваційна або інтрапренерська поведінка; злочинна економічна діяльність; посередницька діяльність, агентська діяльність; модель прийняття інвестиційного рішення; виробнича діяльність; трудова діяльність та моделі реалізації професійних компетентностей; обмінна економічна діяльність; комерційна діяльність; діяльність з реалізації; споживча діяльність; управлінська діяльність, грошово-кредитна діяльність та її форми: раціональна, афективна, традиційна, афективно-раціональна).

Класифікація моделей діяльності людини (модель залежності від потреб, модель залежності від зовнішніх поведінкових факторів, модель заснована на традиціях та вихованні).

Література: [1, с. 9 – 39; 2, с. 176-187; 3, с. 83; 6, с. 30 – 45].

Тема 3. Механізми когнітивних процесів в умовах інформаційної економіки

Нейропсихологічні когнітивні детермінанти економічної діяльності (відчуття, сприйняття, пам'ять, мислення, уява). Фактори визначення економічної діяльності та прийняття рішень (очікування, підкріплення, афективні комплекси, локус контролю, інформація, самосвідомість, воля, самооцінка, самовизначення, самоактуалізація).

Правила транзитивності та заміщення як формула реалізації когнітивних факторів економічної діяльності. Економічний егоїзм та економічна взаємодія. Психологічні ефекти помилкового раціонального економічного рішення та їх типологія: ефекти наочності, репрезентативності, ізоляції, дзеркальний, егоцентризму, достовірності, консерватизму, ефект Монте-Карло, ефект Ірвіна та Стоунера. Модель економічної поведінки "пошук – задоволення" Г. Саймона.

Характеристики факторів впливу лімбічної системи: модальність та інтенсивність емоцій, їх вплив на вибір економічної діяльності.

Мотивація економічної діяльності: сутність та зміст процесу. Мультимотивність та пріоритетність цілей при реалізації економічної діяльності.

Література: [1, с. 11– 40; 3, с. 83 – 131; 6, с. 114 – 128].

Тема 4. Інформація як джерело психологічної та економічної активності

Соціокультурне та інформаційне підґрунтя особливостей розвитку економічної діяльності в сфері туризму. Парадокси соціального та економічного розвитку туристичної діяльності інформаційного суспільства.

Інформація як фактор розвитку економічної етнопсихології та етнотуризму. Класифікація інформації в аспекті психології економічної діяльності. Основні наукові напрями етнопсихології та етнотуризму: передумови формування та напрями досліджень. Кореляція економічної діяльності та етнічного менталітету, механізм формування міжетнічного кросс-культурного економічного партнерства. Прикмети і марновірство в умовах інформаційної економіки, їх використання в туризмі.

Психологічне підґрунтя поняття комерційна таємниця, комерційна інформація. Психологічні фактори розкриття комерційних таємниць.

Нейропсихологія реклами в туризмі: основні підходи дослідження та вплив соціальної стратифікації.

Література: [3, с. 26 – 56; 6, с. 92 – 106; 8, с. 58-126].

Тема 5. Теоретичні основи психології економічної діяльності

Еволюція психології господарської діяльності. Релігійні духовні традиції та їх вплив на розвиток економічного мислення. Політична ідеологія як фактор зміни економічного світогляду людей. Психофізіологічний підхід дослідження підприємницької активності. Основи нейрогуморальної теорії при визначенні передумов формування підприємницьких здібностей.

Еволюція змісту понять «підприємець» та «підприємництво». Еволюція туристичної діяльності як форми підприємницької діяльності. Підприємець та менеджер в туризмі: взаємодоповнення понять. Соціально-психологічний портрет

підприємця в сфері туризму. Ціннісна система сучасного підприємця : методичні рекомендації щодо дослідження.

Моделі підприємницької поведінки в туризмі (інвестиційна, інвентарна, організаційна, посередницька, аквізиційна, комерційна, консалтингова, кон'юнктурно-ігрова моделі). Соціально-економічна депривація як фактор формування та актуалізації туристичної діяльності як форми підприємницької та особистісної активності.

Література: [1, с. 39 – 55; 3, с. 167 – 177; 6, с. 408 – 414].

Змістовий модуль 2. Нейропсихологія економічної діяльності

Тема 6. Психологія грошово-кредитних взаємовідносин

Соціокультурні особливості ставлення до грошей. Напрями дослідження психології грошей. Фактори грошової поведінки. Кореляційна закономірність Р. Лінна між ціннісним ставленням населення до грошей та економічним зростанням країни.

Актуальні напрями дослідження соціокультурних особливостей ставлення до грошей: структура витрат та накопичення, почуття до більш забезпечених та бідних людей, самовизначення населення щодо проблеми рівномірності розподілу доходів.

Стратифікація людей за їх ставленням до розміру оплати праці та витратами грошей (наймані працівники з регулярною оплатою, працівники “вільних” професій, приватні підприємці).

Вплив грошей на формування особистості. Грошові типи особистості (скнара, розтринькувач, грошовий мішок, торгаш, гравець, колекціонер, абстракціоніст, конкретик, задрісник, паразит, фальшивомонетник).

Література: [1, с. 55-79; 3, с. 177 – 202; 6, с. 381 – 388; 8, с. 195-214].

Тема 7. Психологічні засади обмінних процесів в економіці

Соціальна та нейропсихологічна сутність поняття “споживча поведінка”. Етапи споживчої поведінки, її особливості. Умови балансу споживання.

Споживацька поведінка: взаємозв'язок характеристик особистості та споживацької поведінки. Сутність та основні ефекти поведінки споживача: (“бендвегон”, “сноб”, ефект Веблена, “ціна-якість”, “відданість якості”). Фактори споживчого вибору. Моделі споживацької поведінки: концепції “7 Os”, раціональна модель. Нейропсихологічні причини боргів. Ощадна поведінка. Управління поведінкою споживачів.

Література: [1, с. 97 – 109; 6, с. 467 – 495; 13].

Тема 8. Психологізація виробничої та творчої діяльності

Мотивація вибору професійної діяльності в сфері туризму. Соціально-нейропсихологічна сутність мотивів “суспільний престиж”, “матеріальний добробут”, “інтерес”.

Мотивація управління трудовою активністю в туризмі. Основні мотиви

ефективної праці (економічні, соціальні, психологічні, організаційно-адміністративні). Роль нейроеконіміки при удосконаленні системи управління господарчою організацією.

Нейропсихологічні засади творчої діяльності. Творча та креативна діяльність: сутність та критерії визначення. Мотиви творчої діяльності. соціо-нейропсихологічні характеристики творчої особистості.

Нейропсихологія безробіття. Соціально-нейропсихологічні характеристики безробітного. Етапи емоційного стресу від втрати роботи. Психофізіологічний аспект безробіття: вплив на стан здоров'я людини.

Література: [1, с. 133 – 155; 2, с. 160 – 176; 6, с.191 – 259; 8, с. 302-343].

Тема 9. Відчуття власності та його реалізація в економічній діяльності

Економічне самовизначення особистості: сутність та етапи. Економічна освіта як фактор економічної соціалізації особистості.

Психологія власності як сфера дослідження економіки. Економіко-психологічна сутність поняття «власність» в туристичній діяльності. Особистість та група в системі відносин власності.

Література: [1, с. 109 – 121; 3, с. 148 – 167; 6, с. 310 – 324].

Тема 10. Актуальні проблеми психології економічної діяльності

Нейропсихологія Internet-бізнесу. Internet-залежність в туристичній діяльності. Соціальні та нейропсихологічні характеристики Internet-користувачів.

Нейропсихологія азартних ігор: мотиви та фактори азартної гри як умови розвитку туристичного бізнесу. Соціально-психологічні характеристики особистості, схильної до азартної гри.

Нейропсихологія ухилення від податків. Податковий менталітет. Форми девіантної поведінки податкоплатника (ухилення від сплати податків та обхід системи оподаткування) та їх зв'язок із туристичною діяльністю.

Напрями розвитку наукового знання психології економічної діяльності економіки в умовах інформатизації.

Література: [1, с. 79 – 89]; ресурси мережі Інтернет [30 – 32].

4. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення

лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти залік, – 60 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі колоквиуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі заліку, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

опанування матеріалу (ступінь розуміння, вивчення теорій та методології проблем, що розглядаються; рівень засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни);

ознайомлення з рекомендованою літературою (обізнаність в публікаціях, опанування сучасної літератури з питань, що розглядаються);

вміння аналізувати практичні ситуації;

виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії (коректність, логіка, структурованість, науковий стиль викладу матеріалу в письмових роботах, критичність та незалежність оцінки проблемних питань, чіткість викладення міркувань, грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи відповідно до вимог);

виступи в аудиторії (вміння обґрунтовувати свою позицію, пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки);

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення заліку, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює 100. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку

успішності" навчальної дисципліни.

Розподіл балів за тижнями

(вказати засоби оцінювання згідно з технологічною картою)

Теми змістового модулю			лекції	практичні заняття	Завдання за темами	есе	Доповідь	презентація	групова робота	опитування	КОЛОКВІУМ	Σ
ЗМ 1	Тема 1	3 тиждень	1	1								2
	Тема 2	4 тиждень	1	1	2					2		6
	Тема 2	5 тиждень	1	1								2
	Тема 3	6 тиждень	1	1		5						7
	Тема 3	7 тиждень	1	1						2		4
	Тема 4	8 тиждень	1	1								2
	Тема 5	9 тиждень	1	1					2			4
	Тема 5	10 тиждень	1	1						2	15	19
	Тема 5	11 тиждень	1	1			10					12
	Тема 6	12 тиждень	1	1				10				12
ЗМ 2	Тема 7	13 тиждень	1	1						2		4
	Тема 8	14 тиждень	1	1	2							4
	Тема 9	15 тиждень	1	1								2
	Тема 10	16 тиждень	1	1						2		4
	Тема 10	17 тиждень	1								15	16
Разом			15	14	4	5	10	10	2	10	30	100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

5. Рекомендована література

5.1. Основна

1. Дейнека О. С. Экономическая психология: Учеб. пособ. для студ. по эконом. спец.: СПб: Изд. С-Петербург. унив., 2000. – 158 с.
2. Китов А. И. Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987. – 304 с.
3. Ложкін Г. В. Економічна психологія: Навчальний посібник / В. В. Спасенніков, В. Л. Комаровська – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 304 с.
4. Машков В. Психология экономики: Проблемы экономической теории с позиции психологии. – СПб.: Изд. Михайлова, 2001. – 190 с.
5. Методические рекомендации к практическим занятиям по учебной дисциплине “Экономическая психология” для здобувачов всех специальности всех форм обучения / Авт.-составитель Е. Г. Наумик. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2007. – 120 с.
6. Наумік К.Г. Економічна психологія [Текст] : навч. посіб. / Харківський національний економічний університет. – Х. : ХНЕУ, 2007. – 274 с.
7. Райзенберг Б. Психологическая экономика: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 432 с.
8. Экономическая психология: вопросы теории и практики / Под ред. А. И. Муравьева и Э. Х. Локшиной. – СПб.: Изд. СПбГУЭФ, 2001. – 274 с.
9. Экономическая психология: социокультурный подход / Под ред. И. В. Андреевой. – СПб.: ЗАО «ПитерБук», 2000. – 512 с.
10. Introduction to Neuromarketing & Consumer Neuroscience. Neurons Inc; 1 edition Denmark, 2015. – 204 p
11. The Rational Animal: How Evolution Made Us Smarter Than We Think : Basic Books; 1 edition, 2013. – 288 p.

11.2. Додаткова

12. Автономов В. С. Модель человека в экономической науке. – СПб: Экономическая школа, 1998. – 112 с.
13. Бучанан Р. Враг внутри. Когда покупатели думают, что нам не до них. – СПб.: Питер, 2013. – 384 с.
14. Вагин Игорь. Имейте деньги. Психология богатства. – СПб.: Питер, 2015. – 212 с.
15. Занковский А. Н. Организационная психология: Учеб. пособ. для вузов по специальности «Организационная психология». – 2-изд. – М.: Флинта: МПСИ, 2002. – 648 с.
16. Иванова Р. Х. Поведение потребителей: Учеб. пособ. – Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2003. – 120 с.
17. Истратова О. Н. Психодиагностика. Коллекция лучших тестов / О. Н. Истратова, Т. В. Эксакусто. – Узд. 2-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 376 с.

18. Ключарев В. А. и др. Нейроэкономика: нейробиология принятия решений. Экспериментальная психология, 2011, том 4, № 2, с. 14–35
19. Попов В. Д. Психология и экономика. Социально-психологические очерки. – М.: Советская Россия, 1989. – 304 с.
20. Психология менеджмента / Под ред. проф. Г. С. Никифорова – 2-е изд. – М.: Гуманитарный центр, 2002. – 556 с.
21. Психология популярных профессий / Под ред. Л. А. Головей. – М.: Речь, 2003. – 256 с.
22. Пугачев В. П. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом: Учебник для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – 284 с.
23. Справочник практического психолога. Психодиагностика / под общ. ред. С. Т. Посоховой. – М.: АСТ; СПб.: Сова, 2005. – 672 с.
24. Фетискин Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / В. В. Козлов, Г. М. Майнулов. – М.: Изд. Институт психотерапии, 2002. – 490 с.
25. Хейне П. Экономический образ мышления. – М.: Дело, 1991. – 708 с.
26. Douglas Van Praet Unconscious Branding: How Neuroscience Can Empower (and Inspire) Marketing: St. Martin's Griffin; Reprint edition, 2014. - 288 p
27. Dr. Thomas Zoëga Ramsøy Introduction to Neuromarketing & Consumer Neuroscience: Neurons Inc, 2015. - 204 p
28. Martin Lindstrom Buyology: Truth and Lies About Why We Buy, Crown Business; Reprint edition: 2010. - 272 p
29. Stephen J. Genco, Andrew P. Pohlmann, Peter Steidl Neuromarketing For Dummies, 2013. – 408 p
30. Katona G. Psychological Economics. – New York: Elsevier, 1975. – P. 322.

11.3. Ресурси мережі Інтернет

31. Офіційний сайт бази даних sciencedirect [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sciencedirect.com/science/journal>
32. Newskills3000 [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.instagram.com/p/BcC39gSFjNVV5NPyNWaEwWUfuCqBaPs6F8rbtc0/?igshid=3yft8a756bha>
33. Нейропсихологія економічної діяльності \ <https://pns.hneu.edu.ua/>