

ТРОФИМОВА Е.Л.

Кандидат психологических наук,
доцент каф. социальной и экономической психологии БГУЭП

ЧЕРЕМУХИНА К.С.

Ст. преподаватель каф. социальной
и экономической психологии БГУЭП
г. Иркутск

ОЛИМПИАДА ПО ПСИХОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ И ЭКОЛОГИИ-2009: СОДЕРЖАНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Аннотация: В данной статье представлены цели, содержание задачи и результаты новой олимпиады «Психология в экономике и экологии» для старшеклассников.

Ключевые слова: олимпиада по экономической психологии, олимпиада по экологической психологии, деловая игра, тестовые задания.

В предыдущей статье (см. журнал «Психология в экономике и управлении» №1, 2009 г.) мы уже делились опытом проведения конкурсов и олимпиад по психологии с разной тематической направленностью. В данной статье мы представляем содержание и результаты новой олимпиады по психологии.

В январе-марте 2009 года кафедра социальной и экономической психологии Байкальского государственного университета экономики и права и творческого коллектива студентов факультета «Управление человеческими ресурсами» специальность «Психология» под руководством доктора психологических наук, профессора Карнышева А.Д. провела в два тура шестую олимпиаду для старшеклассников.

Следует отметить, что с точки зрения организаторов цель проведения олимпиады несколько изменилась. Ранее приоритетными задачами являлись привлечение внимания школьников к вопросам психологии, популяризации психологических знаний, особенно в новых областях: экономической психологии, психологии управления, а также экономической этнопсихологии, которая впервые оформилась в качестве самостоятельной дисциплины именно на кафедре СЭП БГУЭП.

Можно считать, что данная цель достигнута, и об этом свидетельствует постоянно возрастающее количе-

ство участников олимпиады и проблематика вызывает неподдельный интерес у старшеклассников и педагогов.

В олимпиаде «Психология в экономике и экологии» 2009 года приняли участие 48 старшеклассников (15 человек – десятый класс, 33 человека – одиннадцатый класс) из 8 районов Иркутской области: Иркутск – Новикова Марина (11 класс), Воробьева Анна (10 класс) и др.; Шелехов – Иванов Афанасий (11 класс), Данилова Анна (10 класс) и др.; Ангарск – Иванов Никита (11 класс), Горячева Валерия (10 класс) и др.; Усолье-Сибирское – Турова Мария (11 класс), Кравцова Екатерина (10 класс) и др.; Черемхово – Лазарева Анастасия (11 класс); Братск – Кудряшова Анна (11 класс), Пименова Татьяна (11 класс); Усть-Илимск – Мамедов Тимур (11 класс), Большова Ольга (10 класс); Нижнеилимский район – Березовская Яна (11 класс). И впервые, во всех турах олимпиады соревновались школьники из Республики Бурятия (Улан-Удэ, Заиграевский район): Мальцев Вячеслав (11 класс), Будаев Алдар (11 класс), Дондоков Владислав (11 класс), Стегостенко Виктор (10 класс).

Впервые это мероприятие проводилось в статусе межрегиональной олимпиады одновременно при поддержке Министерств образования Республики Бурятия

и Иркутской области.

В этом году данное мероприятие, на наш взгляд, нужно рассматривать, в первую очередь, как способ реализации инновационной стратегии в психологическом обучении, что конкретизируется в следующих задачах:

во-первых, межкультурное обучение старшеклассников;

во-вторых, формирование экономического поведения и развитие экономического мышления;

и, в-третьих, развитие экологического сознания.

В связи с созданием в Байкальском регионе особых экономических зон туристско-рекреационного типа и актуальностью проблем эколого-туристического характера олимпиада проводилась под названием «Психология в экономике и экологии».

Вопросы и задания, представленные в олимпиаде, были в первую очередь сориентированы на этнопсихологические аспекты делового и хозяйственного сотрудничества и особенности природоохранной деятельности в Байкальском регионе.

Олимпиада проводилась в два тура.

Первый тур проводился на муниципальном уровне и состоял из одного этапа: тестовые задания. Примеры тестовых заданий смотрите в Приложении 1.

Второй тур олимпиады – межрегиональный, включал в себя: тестовые задания; деловую игру и коммуникативный тренинг. Этот этап рассчитан на 8-10 академических часов.

Основные вопросы теста аналогичны вопросам первого тура, но в некоторой степени усложнены. Участникам предлагалось 50 тестовых заданий. В зависимости от степени сложности задания оцениваются: 1 балл; 2 балла; 3 балла. Максимально возможный балл по результатам теста составлял 85.

В тесте, помимо вопросов на знания, старшеклассникам были предложены творческие задания, например:

– Сформулируйте 3 экологических «табу», которые Вы бы в первую очередь установили на Байкале:

Анализ ответов показал следующие тенденции: проблемы охраны природы Байкала не оставляют школьников равнодушными. Большинство из них считают, что самое главное, это: не мусорить, не загрязнять воду и окружающую среду как бытовыми отходами, так и отходами производства, строго наказывать браконьерство и т.д.

Особые затруднения в тестовых заданиях вызва-

ли вопросы, связанные, прежде всего, с заданиями по новому направлению – экологическая психология. С ними справились не более 30 % участников. Самыми сложными для школьников оказались вопросы №2, №3 Приложения.

Сложными для школьников по-прежнему остаются вопросы экономической психологии, психологии рекламы и экономической этнопсихологии.

Значительное количество ошибок было допущено в этом году по тематике общения и делового общения (по некоторым вопросам свыше 70% неверных ответов).

Вызвали затруднения некоторые вопросы на эрудицию, а также задания на креативное мышление;

Лучше справились старшеклассники с заданиями по психологии управления, основам психологии, общей и социальной психологии.

По результатам теоретического тура победителями стали следующие старшеклассники:

Фамилия, Имя	Класс	Город	Балл за тест
Жукова Анна	11	Ангарск	58,5
Невидимова Анастасия	11	Шелехов	60,5
Максимова Дарья	11	Ангарск	61
Ведерникова Ксения	10	Ангарск	50,5
Большова Ольга	10	Усть-Илимск	59
Бочалгин Никита	10	Иркутск	80

Впервые за все годы проведения олимпиад учащийся 10-го класса лица ИГУ Бочалгин Никита из максимально возможных 85 баллов набрал по тестовым заданиям 80 баллов.

После тестовых заданий, школьники приступили к у частую в деловой игре. Организаторами олимпиады им даны были следующие инструкции:

Вам предстоит создать туристическую фирму, которая будет заниматься турами по Байкалу. Представьте: группа туристов, состоящая из представителей определенной страны (школьники выбирают страну жребием) подала заявку на отдых на Байкале. Они решили выбрать туристическую фирму, которая будет предоставлять им свои услуги. Задача Вашей команды-фирмы – доказать, что именно Ваша туристическая фирма достойна обслуживать иностранных гостей.

Для своей туристической фирмы Вам необходимо:

1. Разработать элементы корпоративной культуры. Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, присущих данной компании и отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других, а также определяющих поведение и взаимодействие ее сотрудников.

Ваша корпоративная культура должна включать следующие элементы:

- название фирмы;
- цели фирмы;
- эмблема, визитная карточка;
- отношение к клиенту в Вашей фирме, каким образом Вы учитываете его этнические особенности. Помните, что группа туристов состоит из представителей определенной страны.
- 10 заповедей Вашей фирмы (минимум 5 из них должны касаться экологического поведения сотрудников и клиентов Вашей фирмы).

Корпоративную культуру необходимо оформить в письменном виде (на подготовку дается 1 час) и сдать жюри. При оценке будут учитываться следующие критерии: полнота корпоративной культуры и ее проработка, креативность и оригинальность элементов культуры, учет в корпоративной культуре этнопсихологических особенностей Ваших клиентов. Каждый критерий оценивается по 3-бальной шкале.

2. Разработать рекламу Вашей фирмы. Вы должны придумать и изобразить на бумаге рекламу Вашей фирмы и Ваших услуг. Вам необходимо сформулировать ключевую идею рекламной кампании. Это должны быть изображение (эмблема фирмы или характерный образ услуг) и слоган (крылатая фраза, лозунг или основное сообщение рекламы), которые могут стать стержнем разнообразной рекламной продукции: календарей, буклетов, листовок Вашей фирмы, могут быть использованы в щитовой рекламе, рекламе на транспорте, в СМИ и т.д. Учитывайте, что ваша реклама направлена на привлечение иностранных гостей и в ней необходимо учесть их этнические особенности.

3. Презентация Вашей фирмы. Здесь Вы представите конкурсной комиссии то, чем занимается ваша фирма, какие услуги предоставляет, какие туры предлагает, с какими клиентами работает и как учитывает этнопсихологические особенности в работе с ними, как осуществляет свою деятельность, каким образом соблюдает экологические нормы. Также Вы должны представить – в чем изюминка Вашей фирмы, чем она принципиально отличается от других и почему именно

Ваша туристическая фирма достойна принять группу туристов - представителей выбранной страны.

Время на подготовку: 2 часа, корпоративную культуру необходимо сдать организаторам через 1 час. Презентация фирмы и рекламы – по 8-10 минут на команду.

Ребята, приехавшие из одного района, были размещены в разные команды. Цель такой жеребьевки – дать возможность школьникам из разных районов поделиться знаниями, опытом, показать навыки сотрудничества и совместной работы.

Итого за деловую игру каждый участник в личный зачет может максимально набрать 15 баллов – 6 баллов от командного зачета и 9 баллов по индивидуальной оценке в группе, которая проводится во время групповой работы и которую оценивают эксперты.

Деловая игра способствовала развитию экономического мышления и экологического сознания учащихся. Они имели возможность поучиться не только у организаторов олимпиады, но и друг у друга.

Также в этом году, в связи с тем, что в олимпиаде приняли участие старшеклассники из разных районов Иркутской области и Республики Бурятия, в качестве заключительного этапа олимпиады мы решили провести коммуникативный тренинг, который позволил ребятам познакомиться ближе, пообщаться друг с другом и узнать об индивидуальных особенностях других.

По итогам олимпиады были награждены не только победители, но и все участники получили грамоты в различных номинациях (например, за самый креативный рекламный проект», за поддержание командного духа и др.) и памятные призы.

В целом хочется отметить, что олимпиада проходила в прекрасной творческой атмосфере, ребята-участники продемонстрировали хорошие теоретические знания, навыки общения, делового взаимодействия, креативность, творческий подход и заинтересованность прикладными аспектами психологии. И мы считаем, что подобного рода олимпиады, с психолого-экологической тематикой, несомненно, будут способствовать экологической социализации школьников, студентов, учителей, преподавателей, повышению компетентности и культуры школьников и студентов в области экологической и туристической деятельности, их экологическому просвещению, формированию бережного отношения к природе, животным, патриотическому воспитанию и др. А также, данную олимпиаду можно рассматривать и как обучение педагогов.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Примерные тестовые задания для олимпиады

«Психология в экономике и экологии»:

1. Какой мотив потребителя положен в основу такого призыва: «Покупай два предмета по цене одного!»?

- А) мотив превосходства;
- Б) мотив комфорта;
- В) мотив подражания;
- Г) мотив рационализма.

2. Представители этой национальности считают сервис второразрядным, если услуга предоставляется после того, как о ней попросят. Перворазрядным у них считается сервис, который производит впечатление и удовлетворяет потребности туристов, предугадывая их до того, как туристы сами попросят об услугах:

- А) англичане;
- Б) французы;
- В) китайцы;
- Г) японцы.

3. В какой стране жители, демонстрируя свое экологичное поведение, руководствуются экологическим принципом: «Мы никогда не путешествуем на самолете, так как этот вид транспорта расходует в сотни раз больше горючего, выбросы CO₂ несравнимо больше, чем у других видов транспорта. Поэтому мы предпочитаем поезд, автотранспорт или корабль?»:

- А) Япония;
- Б) Германия;
- В) Россия;
- Г) США.

4. В периоды социального напряжения (кризисы, стихийные бедствия, война, государственный переворот и т.п.) возникает:

- А) слух-желание;
- Б) слух-пугало;
- В) агрессивный слух.

5. Когда работники считают, что им переплачивают, они:

- А) повышают производительность труда;
- Б) понижают производительность труда;

В) работают с прежней интенсивностью.

6. Семейная стратегия по отношению к деньгам, суть которой заключается в том, что взрослые в такой семье не планируют свои финансовые дела, планируются только мелкие текущие расходы, крупные суммы тратятся спонтанно, диапазон экономических методов узок:

- А) «Вытянуть деньги любыми способами»;
- Б) «Бери сейчас – плати потом»;
- В) «Всех денег не заработаешь»;
- Г) «Деньги как случайно пришли, так и ушли»;
- Д) «Страх нищеты»;
- Е) «Считай каждую копейку»;
- Ж) «Деньги могут все».

7. Вид туризма, приносящий значительный экономический эффект и в силу своей гуманности, безвредности, являющийся весьма значительным, особенно в экологическом плане:

- А) браконьерство;
- Б) рыбалка;
- В) охота;
- Г) фотоохота.

8. В какой стране штрафуют за сорванные в лесу грибы (потому что грибы – это еда для белок)?

- А) Япония;
- Б) Германия;
- В) Норвегия;
- Г) Канада.

9. В каких странах мусор сортируют минимум на три вида: пищевой, пластмассовый, жестяной и существуют определенные дни, когда мусорная машина собирает его:

- А) Япония;
- Б) Германия;
- В) Россия;
- Г) США.