**Тест по теме «Рациональное потребление»**

1. Концепция разумного потребления ресурсов и продуктов, которая способствует удовлетворению потребности, при этом не создавая негативного воздействия на окружающую среду – это

**А. Осознанное потребление**

Б. Экологичное потребление

В. Текущее потребление

Г. Демонстративное потребление

2. Выберите вариант ответа, который наиболее полно описывает предпосылки рационального поведения потребителя

**А. Стремление к получению выгоды и система жизненных ценностей**

Б. Предпочтение большего благосостояния меньшему

В. Потребность в превосходстве над другими людьми

Г. Стремление к риску

3. Выберите условия, повышающие риск спонтанной покупки

**А. Собственная импульсивность, наличие выгодной акции или временной скидки.**

Б. Наличие списка покупок

В. Ограниченность денег на карте

Г. Наличие опции «отложить покупку»

4. Каковы причины демонстративного потребления?

**А. Попытка доказать и себе и другим факт наличия своих высоких возможностей**

Б. Высокая осознанность

В. Высокая уверенность в себе

Г. Возможность добиться признания своих достижений в других областях

5. Выберите ответ, верно иллюстрирующей содержание эффекта обрамления

**А. Одно и то же утверждение, в зависимости от формулировки и смысловых акцентов, может быть представлено как в негативном, так и в позитивном свете. Форма подачи информации влияет на ее восприятие человеком.** **Убытки, в среднем, побуждают людей к более рискованному поведению, чем предполагаемая прибыль.**

Б. Форма подачи информации не влияет на ее восприятие человеком. Человек мыслит рационально и использует методы математической статистики при принятии решений.

В. Одно и то же утверждение, в зависимости от формулировки и смысловых акцентов, может быть представлено как в негативном, так и в позитивном свете. Форма подачи информации влияет на ее восприятие человеком. Прибыли, в среднем, побуждают людей к более рискованному поведению, чем предполагаемые убытки.

Г. Одно и то же утверждение, в зависимости от формулировки и смысловых акцентов, может быть представлено как в негативном, так и в позитивном свете. Форма подачи информации влияет на ее восприятие человеком. Убытки, в среднем, побуждают людей к менее рискованному поведению, чем предполагаемая прибыль.