Заполняется членами жюри. Пометки участников не допускаются! / To be filled in by the judging panel. Competitors are not allowed to make notes here.					
ШИФР	Часть 1	Часть 2	Часть 3	Часть 4	**Итого баллов**
	Max 15	Max 25	Max 30	Max 30	Max 100

ПСИХОЛОГИЯ / PSYCHOLOGY

11 класс / 11th grade
1 вариант / Option 1

Время выполнения заданий – 120 минут / Time needed to complete the tasks – 120 minutes
Максимальная оценка – 100 баллов / Maximum number of points – 100

В испытании четыре части. / There are four parts in this assignment.

Часть 1 состоит из вопроса по психологии, предполагающего развёрнутый ответ. Максимальный балл за задание – *15 баллов*. / *Part 1* consists of a psychology question which requires a detailed answer. *Maximum number of points – 15.*

Часть 2 состоит из пяти задач на логическое мышление. Максимальный балл за задание – *25 баллов*. / *Part 2* consists of five logical reasoning problems. *Maximum number of points – 25.*

Часть 3 представлена в виде кейса, который необходимо проанализировать и предложить свои варианты решения. Максимальный балл за задание – *30 баллов*. / *Part 3* is represented by a case which competitors should analyze. They are to give their solutions. *Maximum number of points – 30.*

Часть 4 состоит из задания по биологии. Максимальный балл за задание – *30 баллов*. / *Part 4* is a task related to biology. *Maximum number of points – 30.*

Часть 1. *(15 баллов)* / ***Part 1*** *(15 points)*

Ответьте на предложенный вопрос. Кратко поясните свой ответ. / Answer the question. Briefly explain your answer.

Как Вы думаете, в каком возрасте человек начинает помнить себя? Другими словами, на какой возраст приходится первое детское воспоминание? От каких факторов это может зависеть? Какие ошибки памяти могут при этом возникать? Обоснуйте свой ответ.

/

When do you think people start recalling themselves? In other words, how old is the first childhood memory? What factors can impact this? What memory errors may occur at this point? Explain your answer.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Часть 2. *(25 баллов)* / **Part 2** *(25 points)*

2.1. Решите представленные ниже анаграммы и исключите лишнее слово. Решения анаграмм и лишнее слово впишите в отведенное для этого место ниже *(5 баллов)*. / **2.1. Solve the anagrams below and exclude the "intruder." Solve the anagrams and write the extra word in a blank space below** *(5 points)*.

ККАРСПИ / OIIVLN
КАССООНФ / XESNAHOPO
НЬЧЛЛВИОЕО / EOLLC
ААЛАКЙЛБА / AKABIALAL
РАТИАГ / TUIAGR

ККАРСПИ / OIIVLN =_____

КАССООНФ / XESNAHOPO =_____

НЬЧЛЛВИОЕО / EOLLC = _____

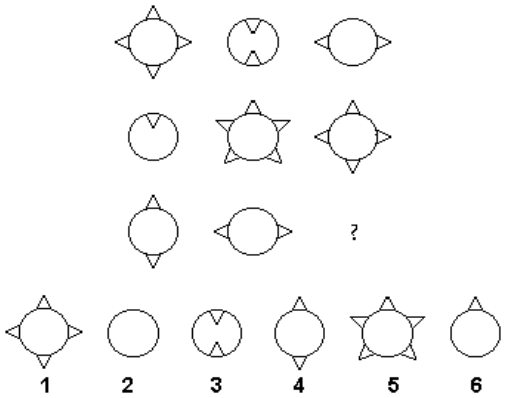
ААЛАКЙЛБА / AKABIALAL = _____

РАТИАГ / TUIAGR = _____

ЛИШНЕЕ СЛОВО / EXTRA WORD = _____

2.2. Решите логические задачи: / Solve logical problems:

2.2.1. Вставьте пропущенную фигуру, выбрав её из шести пронумерованных *(5 баллов)*: / **2.2.1. Insert the missing figure by selecting it from the six numbered ones** *(5 points)*:



Ответ: / Answer: _____

2.2.2. Установите правильную последовательность *(5 баллов)*: / **2.2.2. Continue the sequence** *(5 points)*:

64 48 40 36 34 ***?***

Ответ: / Answer: _____

2.2.3. Вставьте пропущенное число *(5 баллов)*: / **2.2.3. Insert the missing number** *(5 points)*:

Ответ: / Answer: _____

2.2.4. Вставьте недостающее число *(5 баллов)*: / **Insert the missing number** *(5 points)*:

121 (28) 289
225 (…) 256

Ответ: / Answer:_____

Часть 3. *(30 баллов)* / **Part 3** *(30 points)*

Проанализируйте предложенный кейс с точки зрения психологических механизмов. Свой ответ подробно аргументируйте. / Analyze the case from the psychological point of view and substantiate your answer.

Исследования поведения потребителей очень распространены в настоящее время. Маркетологи стремятся узнать, что способствует повторным покупкам товаров одного и того же бренда. В одном исследовании сравнили влияние следующих факторов: личностная склонность к индивидуализму и индивидуализм как ценность культуры. Оказалось, что индивиды, которые являются индивидуалистами по личностным чертам, менее склоны к повторным покупкам товаров одного бренда, а индивиды, убеждённые в социальной ценности индивидуализма, чаще совершают повторные покупки товаров одного бренда. / Consumer behaviour research is very common nowadays. Marketers want to know what drives repeat purchases of the same brand. A study compared the influence of personal inclination towards individualism and individualism as a cultural value on consumer behaviour. It turned out that individualists are less prone to repeat purchases of products of the same brand. Those who are convinced of the social value of individualism are more likely to buy products of the same brand repeatedly.

Приведите не менее двух аргументов, объясняющих результаты данного исследования. Предположите, кто будет испытывать большее удовлетворение в случае совершения повторной покупки какого-либо товара одного бренда – «индивидуалисты» или «ценители индивидуализма». Поясните свой ответ. / Give at least two reasons that explain the results of this study. Make a suggestion as to who is going to feel more satisfied with a repeat purchase – individualists or those who consider it a social or cultural value. Explain your answer.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Часть 4. *(30 баллов)* / **Part 4** *(30 points)*

Ответьте на предложенный вопрос. Свой ответ подробно обоснуйте. / Answer the question and give a detailed justification.

Известно, что ни один учитель в школе не надеется, что даже самый старательный его ученик на всю жизнь запомнит весь предложенный в течение учебного года материал. / It is well known that no school teacher is hoping that even their best student is going to remember all the information given to them during a school year.

В чём смысл подобной избыточности при обучении с точки зрения представлений о функционировании человеческой памяти? Подробно обоснуйте свой ответ. / What does this redundancy during learning tell us about how human memory functions? Give a detailed justification.