

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ**

Б1.В.18 Поведенческая экономика

**Автор:** Орлова Е.В.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 37.05.02 Психология  
служебной деятельности

**Квалификация (степень) выпускника:** специалист

**Форма обучения:** очная

## **Цель освоения дисциплины:**

Формирование у студентов способности выбирать и применять психологические технологии, позволяющие осуществлять решения новых задач в различных областях профессиональной практики

## **План курса:**

### **Тема 1. Введение**

Направления исследований в поведенческой экономике. Нестандартные предпочтения, нестандартные веры, нестандартное принятие решений. «Закон малых чисел». Формирование суждений и практические правила, их использование в маркетинге. Игра Ультиматум. Цена как ультиматум.

### **Тема 2. Динамически неустойчивые предпочтения.**

Аномалии в модели дисконтированной полезности: гиперболическое дисконтирование,

эффект знака, эффект величины, предпочтение улучшающейся последовательности.

$(\beta, \delta)$  модель, наивные и сложные индивиды в  $(\beta, \delta)$  модели.

### **Тема 3. Ценообразование.**

Ценообразование монополиста: оптимальные схемы ценообразования для сложных потребителей и для наивных потребителей. Скрининг типа потребителя. Ценообразование в случае конкуренции фирм и сложных и наивных потребителей. Анализ благосостояния. Двухчастевой тариф в случае потребителей с динамически неустойчивыми предпочтениями. Ценообразование монополиста и самоконтроль. Частично-наивные потребители.

### **Тема 4. Смещенные веры без динамической неустойчивости.**

Типы систематических смещений вер: чрезмерный оптимизм, чрезмерная уверенность, непредвиденные обстоятельства. Ценообразование монополиста в случае чрезмерно оптимистичных потребителей. Чрезмерная уверенность и трехчастевые тарифы. Непредвиденные обстоятельства и ценообразование в случае дополнительных продуктов.

### **Тема 5. Теория проспектов и зависимость от отправной точки.**

Парадоксы выбора, теория проспектов как альтернативная теория выбора в условиях риска, функция ценности, весовая функция, их свойства. Кумулятивная теория проспектов. Теория проспектов и поведение потребителя, интеграция и разделение

исходов, использование принципов интеграции и разделения в маркетинге. Области приложения теории проспектов. Эффект первоначальной наделенности, экспериментальные исследования по эффекту первоначальной наделенности.

#### **Тема 6. Отправная точка и нестабильность предпочтений.**

Ожидаемая цена как отправная точка, ценообразование монополиста. Ожидаемое потребление как отправная точка, эффект приложения.

Предпочтения «статус кво», инертность. Ценовая конкуренция в случае инертности потребителей. Представление продукта и инертность потребителей. Переключение потребителей. Инертность потребителя и маркетинговые инструменты, модель конкурентного маркетинга.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПК-24.2	<p>на уровне знаний: основных направлений и результатов исследований в области поведенческой экономики;</p> <p>основные подходы к разработке теоретических моделей для исследования процессов, относящихся к сфере теории отраслевых рынков, при различных предположениях о нестандартных предпочтениях индивидов;</p> <p>методы решения задач, возникающих в рамках моделирования процессов в области теории отраслевых рынков при предположении об ограниченной рациональности индивидов;</p>
		<p>на уровне умений: разработать теоретическую модель для исследования процессов, относящихся к сфере теории отраслевых рынков, при предположении о нестандартных предпочтениях потребителей;</p> <p>решать задачи в рамках дисциплины с использованием современного математического инструментария;</p>
		<p>на уровне навыков: применения изученных концепций и методов для анализа взаимодействия фирм, максимизирующих прибыль, и потребителей с нестандартными предпочтениями;</p> <p>интерпретации полученных в процессе анализа результатов и формулирования выводов и</p>

**Основная литература:**

1. Stefano DellaVigna, 2009. "Psychology and Economics: Evidence from the Field," Journal of Economic Literature, American Economic Association, vol. 47(2), pages 315-372, June.
2. Shane Frederick, George Loewenstein and Ted O'Donoghue (2002). "Time Discounting and Time Preference: A Critical Review", Journal of Economic Literature, Vol. 40, No. 2, pp. 351- 401