АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.13 «Поведенческая экономика»»

Автор:
Доцент кафедры микроэкономики ИОН РАНХиГС
Dr.rer.pol., Орлова Е.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 37.03.01 «Психология», «Психологическое консультирование и коучинг»
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:
Целями дисциплины является формирование у студентов представлений о психологических особенностях экономических процессов и явлений; о психологических проявлениях основных экономических феноменов, таких как собственность, деньги, инвестиционная деятельность, предпринимательская деятельность; о закономерностях взаимодействия и взаимного влияния экономических факторов и психологических явлений в регуляции экономического поведения; о формах экономического поведения; о влиянии экономической среды на поведение человека и его благосостояние.

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. (β,δ) модель, наивные и сложные индивиды в (β,δ) 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:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Введение	Опрос
Тема 2. Динамически неустойчивые предпочтения	Опрос
Тема 3. Ценообразование.	Практическое задание
Тема 4. Смещенные веры без динамической неустойчивости.	Реферат
Тема 5. Теория проспектов и зависимость от отправной точки.	Опрос
Тема 6. Отправная точка и нестабильность предпочтений.	Опрос, Реферат

Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта с оценкой, который поводится в форме устного собеседования по зачетным билетам и выполнению практического задания.

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.
https://about.jstor.org/whats-in-jstor/books/open-access-books-369856
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
https://about.jstor.org/whats-in-jstor/books/open-access-books-456935