АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО "АТИСО"
Подписано цифровой подписью: АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО "АТИСО"
Дата: 2022.10.04 18:06:26 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР
_____ О.В. Зубкова

« 29» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

Направление подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника
бакалавр
(бакалавр, магистр)

Кафедра: экономики

Разработчики программы:
доктор. экон. наук, доцент О.В. Зубкова

Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 8 от «28» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой экономики
__ __ О.В. Зубкова

«28» мая 2021 г.

Оглавление

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**Ошибка! Закладка не определена.**
2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 3
2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине. 3
2.2 Результаты освоения образовательной программы: 3
3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ 4
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
5.1 Содержание дисциплины (модуля) 4
5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий 7
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)9
7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА 12
8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 13
9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 13
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель:

сформировать у студентов цельное представление об закономерностях, различных психологических явлениях, эмоциях и групповой динамике, влияющих на принятие экономических решений.

Задачи:

- сформировать навыки самостоятельного анализа конкретных проблем принятия решений, с учетом особенностей восприятия, обработки информации, влияния социального окружения;
- изучить факторы, оказывающие наибольшее влияние на принятие решения;
- научить самостоятельно анализировать различные явления, значимые для принятия решений;
- изучить психологические аспекты мотивации поведения;
- исследовать реакции экономических агентов на те или иные воздействия;
- исследовать влияние на индивида факторов окружающей среды;
- обобщение фактов реальной деловой практики;
- рассмотреть проблемы формирования успешных стратегий маркетинга.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Поведенческая экономика» направлено на формирование следующих компетенций:

Профессиональных компетенций и индикаторов их достижения:

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижений профессиональной компетенции
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от- дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методологию поведенческой экономической теории;
- методы принятия решений;
- поведенческую теорию игр;
- традиционные и поведенческие финансы;
- экспериментальную экономику;
- неэффективность рынков;
- модели, основанные на предпочтениях и убеждениях инвесторов;
- эмпирические правила.

Уметь:
- применять инструментарий и методы поведенческой экономики, используя теорию ограниченной рациональности, теорию перспектив, парадокс Алле, теорию поведенческих финансов, эвристики, модель Талера;
- анализировать поведение людей в ситуации принятия стратегического решения;

Владеть:
- навыками применения инструментария и методов поведенческой экономики;
- навыками проведения поведенческого анализа современной экономики;
- навыками разработки эффективных стратегий воздействия на поведение экономических агентов.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Поведенческая экономика» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (**Б1.В.11**.)

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Основы маркетинга», «Экономическая теория», «Экономика предприятий» предшествует дисциплинам «Стартап в цифровой сфере», « «Проектное управление», прохождению учебной, производственной и преддипломной практики.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	8/288		
Контактная работа – аудиторные занятия:	86		
Лекции	36		
Семинары, практические занятия	36		
Курсовая работа	8		
КтКурс.Раб., КтЭк, КонсЭ	2+2+2=6		
Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)	172		
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Экзамен (30)		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теоретические основы поведенческой экономики

Тема 1. Формирование поведенческой экономики. Методология поведенческой экономики.

Отличительные характеристики поведенческой экономической теории, как отдельного научного направления.

Первые идеи поведенческой экономики (А.Смит, И. Фишер, В.Парето). Разработки Веблена и последующих институционалистов. Вклад известных ученых Д. Ариэли, М. Алле, Г. Беккера, Д. Канемана, Р.Д. Льюиса, С. Лихтенштейна, Г. Райфа, П.-Л. Рейно, П. Словика, В.Смит, Г. Саймона, Р. Сайерта и Дж. Марча, А. Тверски, Б. Фишхофа, Р. Хайнера. Примеры нерационального поведения индивидов – «дилемма генерала». Основные причины нерациональности человеческого поведения. Роль эксперимента. Эвристики, используемые при принятии решений - Модель «альтернативного человека» в рамках поведенческой теории. Формирование разных подходов к пониманию истоков поведенческой экономической теории (1980-е гг.).

Развитие поведенческой экономики в современных условиях. Работа Дж.А. Акерлофа и Р.Дж. Шиллера «Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма?». Работы «Фрикономика» и «Суперфрикономика» С.Д. Левитта и С.Дж. Дабнера. Работа Р.Френка «Дарвиновская экономика». Работы российских ученых, занимающихся различными проблемами в русле поведенческой экономики - В. Автономов, Ю. Латова, И. Павлова, В. Рутгайзера и др.

Междисциплинарность поведенческой экономики. Связь её с другими отраслями науки –нейроэкономика, дарвиновская теория естественного отбора, компьютерные симуляции, проведение экспериментов.

Методы исследования поведенческой теории. Методы экспериментального исследования. Индуктивные методы, нормативные методы. Основные направления исследований поведенческой экономической теориив современных условиях.

Тема 2. Выбор в условиях риска и неопределенности: теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски

Канеман и Тверски и их работа «Рациональный выбор, ценности и фреймы. Основа теории перспектив - три неотъемлемых свойства функции оценки простых рисковых лотерей или шансов:

Формула Д. Канемана. Ошибки репрезентативности. Особенности принятия решений в условиях неопределенности. Критика теории перспектив. Прикладные аспекты и значение теории перспектив.

Неопределенность как характеристика современной экономики и как основа для принятия решений.

Институты и неопределенность

Тема 3. Поведенческая теория игр

Начало развития теории игр. Значение теории игр для гуманитарных дисциплин.

Использование математического аппарата теории игр в области экономической науки. Содержание и принципы поведенческой теории игр. Равновесие по Нэшу как основная концепция решения в теории игр. Стандартная игра с ультиматумом. Эксперимент швейцарских ученых С. Гештера и Э. Фера. Эксперимент Дж. Хенрича. Модель М. Рабина. Теория бескоалиционных игр. Модели Бертрана и Курно. Модель динамической конкуренции. Модель суперигры Грина и Портера. Значение поведенческой теории игр.

Тема 4. Институт прав собственности в структуре поведенческой экономики. Поведенческая теория фирмы

Поведенческой аспект института прав собственности. Комбинирование отдельных правовых норм собственности, базирующихся на ее отдельных вариациях и формах, функционирующих в рамках единого общенационального права.

Обмен правами собственности, их перераспределение, расщепление, дифференцирование и интегрирование в условиях рынка.

Фирма как объект исследований в рамках различных научных направлений (неоклассика, институционализм). Фирма в поведенческой экономической теории. Г. Саймон как основоположник поведенческой теории фирмы. Методологическая основа поведенческой теории фирмы - модель ограниченной (Г. Саймона) или переменной (Х. Лайбенстайна) рациональности агента (человека). Методы поведенческой теории фирмы.

Трехуровневая модель принятия решений Р. Зельтена. Теория переменной рациональности Х. Лайбенстайна. Развитие поведенческой теории фирмы в работах И. Адизеса, Дж. Марча и Р. Сайерта, Г. Минцберга, И. Минтроффа, Л. Росса. Социально-эволюционная теория спиральной динамики в приложении к фирме.

Тема 5. Поведенческая теория личности. Поведенческая теория потребления

Основные подходы к изучению личности: психодинамический, психоаналитический, гуманистический, когнитивный, поведенческий, деятельностный и диспозиционный. Разработка основ поведенческой (бихевиористской) экономики Д. Канеманом и А. Тверски (Kahneman, Tversky, 1974, 1979).

Вклад представителей отечественной науки в области экономическому поведению социальных субъектов - исследования Г.М. Андреевой, В.Н. Дружинина, А.Л. Журавлева, Е.А. Климова, С.Н. Попова, В.В. Радаева, С.К. Рощина, В.М. Русалова, П.Н. Шихирева и др.

Исследования М. Арджайла и А. Фернхэма (Furnham, Argyle, 1998), о наличии различий в обращении людей с деньгами в зависимости от их символической ценности, несводимой к стоимостным расчетам; П. Ланта и С. Ливингстоуна (Lunt, Livingstone, 1992), об отличиях так называемых сберегателей от несберегателей по ряду социально-психологических характеристик. Исследования Р. Валунда и Ж. Гуннарссона (Wahlund, Gunnarsson, 1996) и идея о зависимости сберегательного поведения от типа принятия решенийи когнитивных способностей индивидов. Исследовании Р. Талера и Г. Шефрина (Sheffrin,Thaler, 1988) о самоконтроле (self-control) как переменной, объясняющей отклонения реального поведения домохозяйств по размещению денежных ресурсов между сегодняшним и будущим потреблением от поведения, прогнозируемого в неоклассических моделях. Исследования С. Боулза (2001) о факторах, влияющих на доходы, с учетом составляющей «навыков, способностей и умений» (skills and abilities) и других психологических характеристик.

Теория поведения потребителей как один из классических разделов экономической теории. Концепции переменной рациональности Х. Лайбенстайна.

Концепция ранжированной рациональности П.-Л. Рейно. Подходы Дж. Дьюи, А. Этциони, Т. Скитовски, Й. Хейзинга, Дж. Катоны. Влияние институциональных факторов на потребительское поведение. Культурапотребительского поведения. Основные формы реализации потребительского поведения на уровне индивида..

Раздел 2. Прикладные аспекты поведенческой экономики

Тема 6. Межвременной выбор

Стандартная модель дисконтирования и ее провалы. Эффекты знака и размерности. Предпочтения последовательностей с возрастающими выплатами. Гиперболическое дисконтирование: альтернативные подходы. Временная несогласованность предпочтений.

Тема 7. Основы поведенческих финансов

Гипотеза эффективного финансового рынка, ее формы и отклонения от нее. Фундаментальные и календарные аномалии на фондовом рынке. Примеры субъективности собственных оценок, эвристик доступности и репрезентативности, когнитивного диссонанса и

эффекта владения в финансах. Рациональное невнимание (rational inattention). Следствия для практической инвестиционной деятельности.

Тема 8. Чем поведенческая экономика полезна маркетологу

Современная поведенческая экономика как наука о поведении потребителя и источник инсайтов для маркетинга. Методы исследований в поведенческой экономике, полезные для маркетинговых исследований.

Тема 9. Восприятие цены и его влияние на потребительское поведение: инсайты из поведенческой экономики

Восприятие цены в экономической науке мейнстрима и в поведенческой экономике и психологии восприятия. Использование поведенческих эффектов в маркетинговых стратегиях, меняющих восприятие цены: эффект ИКЕА, эффект владения, гиперболическое дисконтирование, неприятие потерь, подсознательная бухгалтерия, эффект Тома Сойера, эффект плацебо. Влияние эффектов на фундаментальные характеристики товаров (эластичность по доходу, эластичность по цене).

Тема 10. Использование поведенческой концепции наджинга для маркетинговых задач.

Влияние архитектуры выбора на принятие решения потребителя. Концепция подталкивания (nudging). Использование поведенческих эффектов для формирования определенного выбора потребителя: эффект «по умолчанию», эффект обрамления, эффект приманки, парадокс выбора, эффект закрывающихся дверей. Влияние дизайна торгового помещения на поведение покупателей, в том числе сенсорный маркетинг.

Тема 11. Поведенческие факторы восприятия бренда

Что такое бренд для потребителя? Инсайты из поведенческой экономики и нейроэкономики. Возможные поведенческие методы тестирования ассоциаций с брендом: поведенческие эксперименты, метод IAT (Implicit associations test). Создание неэкономической компоненты ценности бренда с помощью поведенческой экономики.

Тема 12. Социальное влияние на потребительский выбор: инсайты из поведенческой экономики

Поведенческие эффекты, основанные на социальной психологии индивида и потребителя: эффект социального подтверждения, влияние социальных норм, эффект стадного поведения, взаимность. Внутренняя и внешняя мотивация. Использование данных поведенческих эффектов в маркетинговых стратегиях. Влияние социальных установок на потребительское поведение. Зависимость индивидуального выбора от социального выбора и мнения (эксперименты и эффекты, известные из социальной психологии: эффект конформизма, группового мышления и др.). Биологические основы влияния социума: потребность в подражании, зеркальные нейроны, потребность в поддержании определенного статуса.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: З.Е. (часов) ***8/288***

Форма обучения	**Очная**	Вид контроля	**Курсовая работа, Экзамен**

№ п/п	Название раздела, темы	Очная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КонсЭ, Кт.Курс.раб, КтЭ, Экзамен		
			Лекции	Практические занятия	Курсовая работа				
Раздел 1. Теоретические основы поведенческой экономики									
1	Формирование поведенческой экономики. Методология поведенческой экономики.	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
2	Выбор в условиях риска и неопределенности: теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
3	Поведенческая теория игр	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
4	Институт прав собственности в структуре поведенческой экономики. Поведенческая теория фирмы	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
5	Поведенческая теория личности. Поведенческая теория потребления	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
Раздел 2. Прикладные аспекты поведенческой экономики									
6	Межвременной выбор	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
7	Основы поведенческих финансов	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
8	Чем поведенческая экономика полезна маркетологу?	20	3	3		14		ПКО-1	Л.1-6
9	Восприятие цены и его влияние на потребительское поведение: инсайты из поведенческой экономики	21	3	3		15		ПКО-1	Л.1-6
10	Концепция наджинга для маркетинговых задач	21	3	3		15		ПКО-1	Л.1-6
11	Поведенческие факторы восприятия бренда	21	3	3		15		ПКО-1	Л.1-6
12	Социальное влияние на потребительский выбор: инсайты из поведенческой экономики	21	3	3		15		ПКО-1	Л.1-6
	Экзамен, курсовая работа	44			8		36		
	Всего часов	288	36	36	8	172	36		
	Зачетные единицы	8							

Форма контроля: экзамен, курсовая работа

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;
-самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;
- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ), программных компьютерных программ;

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

Тема 1. Формирование поведенческой экономики. Методология поведенческой экономики.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение понятию «поведенческая экономика». В какой исторический период времени возникла поведенческая экономика?
2. Что собой представляет поведенческая экономика как наука?
3. Какие теории и научные дисциплины легли в основу поведенческой экономики?
4. Перечислите ключевые претензии к мейнстриму.
5. В чем заключаются особенности данной дисциплины?
6. Назовите методологические основания поведенческой экономики.
7. Какие методы использует поведенческая экономика?
8. В чем суть логики исторического развития данной науки.

Тематика рефератов, докладов:

1.Роль эмоций в поведении человека.

2.Особенности познавательных процессов (памяти, внимания, восприятия) и роль при принятии решений.

3. Базовые концепции поведенческой экономики.

4. Ограниченная рациональность.

Тема 2. Выбор в условиях риска и неопределенности: теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски

Вопросы для самопроверки:

1. Какие Вам известны основные теории принятия решений
2. Какие трактовки неопределённости и риска вам известны?
3. Охарактеризуйте историческую эволюцию основных идей в области принятия решений.
4. Можно ли говорить о разных национальных моделях принятия решений? Чем они обусловлены?
5. Каковы базовые основы теории риска и принятия решений?
6.Предложите собственные критические замечания в адрес теории перспектив?
7. Как бы вы описали логику принятия решений в условиях риска и его отсутствия?

Тематика рефератов, докладов:

1.Теория принятия решений. Гедоническая интерпретация полезности как благополучия.

2.Основы теории перспектив.

3.Стандартная модель рационального выбора.

4. Ограниченная рациональность.

5.Обзор поведений, зависящих от конкретной ситуации.

6. Эволюция мотивов поведения, направленного на других, влияние новых экономических знаний на предпочтения.

7.Неприятие риска.

Тема 3. Поведенческая теория игр

Вопросы для самопроверки:

1. Какие факторы оказываются значимыми при анализе абстракций в рамках теории игр?
2. Какое воздействие оказала математика на развитие теории игр.?
3. Проведите анализ основных идей, предложенных теорией игр.
4. Можно ли говорить о широком применении теории игр в практике?
5. Можно ли говорить о взаимосвязи развития общественных процессов и результатов, достигнутых теорией игр?
6. Какова роль государства в экономике с точки зрения теории игр?
7. Смоделируйте несколько ситуаций, которые могут прокомментировать предложенные идеи.

Тематика рефератов, докладов:

1. Роль эмоций в поведении человека.

2.Особенности познавательных процессов (памяти, внимания, восприятия) и роль при принятии решений.

3.Эволюционная теория игр, теоретическая трактовка общественных взаимоотношений с точки зрения теории игр.

4.Провалы координации.

5.Трактовки взаимоотношений между играми и институтами.

Тема 4. Институт прав собственности в структуре поведенческой экономики. Поведенческая теория фирмы

Вопросы для самопроверки:

1. Как взаимосвязаны между собой возникновение общественных институтов с идеями поведенческой экономики?
2. Каким образом можно объяснить наличие / отсутствие института частной собственности в различных обществах?
3. Каковы перспективы развития институтов частной собственности?
4. Охарактеризуйте значение поведенческой теории фирмы для развития экономической науки?
5. Каковы основные социально-экономические функции государства с позиции поведенческой экономики?

Тематика рефератов, докладов:

1. Поведенческая теория фирмы.
2. Развитие института прав собственности.
3. Перспектива развития социальных институтов с позиции поведенческой экономики .

Тема 5. Поведенческая теория личности. Поведенческая теория потребления

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте характеристику экономике потребления.
2. Проанализируйте предпосылки возникновения поведенческой теории личности.
3. Можно ли говорить о радикальном изменении модели потребления? Что способствует этому?

4. Какие социальные и экономические предпосылки возникновения общества потребления.

5. Особенности моделей потребления в различных группах стран.

6. Могут ли быть обозначены границы общества потребления.

7. Какие социально-психологические параметры сопровождают общество потребления.

8.Роль СМИ и рекламы в развитии общества потребления?

Тематика рефератов, докладов:

1. Развитие поведенческой теории личности.
2. Экономические и социальные предпосылки развития общества потребления.
3. Модели потребления.
4. Особенности человеческого восприятия.
5. Нейромаркетинг.
6. Национальные и мировые стандарты потребления: проблема взаимодействия.
7. Культурные коды в обществе.
8. Уникальность национальных моделей поведения и потребления.
9. Особенность российской модели потребления.

Тема 6. Межвременной выбор

Вопросы для самопроверки:

1. В чем суть стандартной модели дисконтирования и ее недостатков?
2. Назовите проявления эффекта знака и размерности.
3. В чем суть гиперболического дисконтирования?

Тема 7. Основы поведенческих финансов

Вопросы для самопроверки:

1. Назовите характеристики эффективного финансового рынка.
2. Приведите пример фундаментальных и календарных аномалий на фондовом рынке.
3. Приведите примеры субъективности собственных оценок и эффекта владения в финансах.

Тема 8. Чем поведенческая экономика полезна маркетологу

Изучение литературы по теме:

1.Канеман, Д. «Думай быстро, решай медленно». – М.: АСТ, 2014.

2. Ариели, Д. «Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом». – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2016

Тема 9. Восприятие цены и его влияние на потребительское поведение: инсайты из поведенческой экономики

Изучение литературы по теме:

1.Канеман «Думай быстро, решай медленно». – М.: АСТ, 2014.

2. Ариели, Д. «Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом». – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2016

Тема 10. Использование поведенческой концепции наджинга для маркетинговых задач.

Изучение литературы по теме:

1. Д.Ариели. Позитивная иррациональность: Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков. 2010 - М.: Манн, Иванов и Фербер.

2. Барри Шварц. Парадокс выбора. Почему «больше» значит «меньше». – Добрая книга, 2005.

3. Пако Андерхилл. Место действия – торговый центр. 2011 – М.: Альпина Паблишерз.

4. Саймон Скамелл-Кац. Шопинг. Искусство совершать покупки и наука о том, как мы покупаем. – Олимп-бизнес, 2013.

Тема 11. Поведенческие факторы восприятия бренда

Изучение литературы по теме:

Р.Дули «Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя» - Попурри, 2017.

Тема 12. Социальное влияние на потребительский выбор: инсайты из поведенческой экономики

Изучение литературы по теме:

1. Галкина, Дубынин, Королева, Солодухина (2014) Научно-просветительский проект «Как покупать не покупаясь: маркетинговые приемы и почему они на нас действуют», серия видео-лекций https://www.youtube.com/channel/UC8N-GLYxFBbSANnBveu-wRw/feed (проект реализован с использованием средств государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 25.07.2014 № 243-рп и на основании конкурса, проведенного Обществом «Знание» России).

2. Симонов П.В. Мотивированный мозг. – «Наука», 1987.

3. Андреева Г.М. Социальная психология. 5-е издание. – М.: Аспект Пресс, 2007.

4. Дейнека О.С. Экономическая психология. – СпбГУ, 2000.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Елисеев, А.С. Экономика: учебник / А.С. Елисеев. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 528 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573198 (– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03464-0. – Текст: электронный.

2. Сорокин, А.В. Общая экономика: бакалавриат. Краткий курс: [16+] / А.В. Сорокин; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 243 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573705– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0331-0. – DOI 10.23681/573705. – Текст: электронный.

3. Богатырев, С.Ю. Поведенческие финансы: учебное пособие / С.Ю. Богатырев; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Прометей, 2018. – 210 с.: схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494852– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907003-55-2. – Текст: электронный.

4. Джозеф, Б. Экономика впечатлений: Как превратить покупку в захватывающее действие / Б. Джозеф, Джеймс Гилмор Х.; перевод Н. Ливинская, Е. Борисов. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 384 с. — ISBN 978-5-9614-6681-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/82791.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература

5. Ашмаров, И. А. Экономика: учебник / И. А. Ашмаров. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 184 с. — ISBN 978-5-4488-0283-6, 978-5-4497-0280-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/90005.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Ашмаров, И. А. Экономика: учебник для СПО / И. А. Ашмаров. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 184 c. — ISBN 978-5-4488-0283-6, 978-5-4497-0280-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/90005.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/системы
Профессиональные базы данных		
1.	URL: http://www.neiromarketing.ru/news/72.htm.	Поведенческая экономика: видеолекции от Д. Репина.
2.	blogvotinoff.com, http://freakonomics.com/, https://thedecisionlab.com/behavioral-insights/	Блоги о прикладных исследованиях в области поведенческой экономики
3.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
4.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
5.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения, в которых проводятся занятия, представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий. Данные аудитории оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Мультимедийная лекционная аудитория. Оборудование: стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. Microsoft Office 2007, 2019. Adobe Acrobat. Google Chrome, Mozilla Firefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, для самостоятельной работы. Оборудование: стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. Microsoft Office 2007, 2019. Adobe Acrobat. Google Chrome, Mozilla Firefox.; доска маркерная.

Аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оборудование: стол преподавателя, столы, стулья, меловая доска.

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

Структура курсовой работы состоит:
Введение;
Основная часть;
Заключение;
Список используемых источников.
Требования к оформлению структурным элементам курсовой работы:
Титульный лист
Титульный лист является первой страницей курсовой работы и служит источником информации о теме, авторе, руководителе, месте и времени ее написания.
На титульном листе приводятся следующие сведения:
- наименование учебного заведения;
- факультет;
- кафедра;
- наименование дисциплины;
- тема курсовой работы;
- фамилии и инициалы исполнителя и руководителя курсовой работы;
- дата написания курсовой работы.

Содержание
Содержание представляет собой последовательное перечисление глав, параграфов с указанием номеров страниц. Содержание включает все заголовки, имеющиеся в курсовой работе.
Введение – вступительная часть курсовой работы, в которой:
- обосновывается выбор темы курсовой работы, раскрывается ее актуальность;
- определяется объект и предмет, цель, задачи.

Объем введения составляет 1-2 страницы печатного текста.
Основная часть
Основная часть курсовой работы должна иметь рубрикацию. Как правило, оно включает в себя две главы (раздела) с разбивкой на подразделы (параграфы). Основная часть должна точно отражать тему курсовой работы. В ней аргументировано излагается, обобщается, систематизируется, теоретический, нормативный, статистический, эмпирический материал по данной теме, анализируются различные стороны рассматриваемой проблемы. Курсовая работы имеет теоретическую и практическую направленность. В теоретической части анализируются и излагаются наиболее общие положения, касающиеся данной темы. В практической части анализируются результаты проведенного исследования, статистических данных, анализ вторичных исследований. В конце каждого раздела формулируются выводы.
Заключение
В заключении последовательно излагаются те теоретические и практические выводы, к которым пришел студент в результате проведенного исследования. Они должны быть краткими, четкими, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности проведенной работы. Рекомендуемый объем заключения составляет 1-2 страницы печатного текста.
Список используемых источников
Список должен содержать перечень литературных источников, правовых актов, электронных источников, источников статистических данных и иных опубликованных документов и материалов, используемых при написании курсовой работы. Каждому источнику присваивается порядковый номер и приводятся его выходные данные. Список источников располагается в алфавитном порядке. Количество источников должно быть не менее 20.

Приложения

В этот раздел рекомендуется выносить справочные и аналитические материалы, связанные с процессом выполнения работы, которые способствуют пониманию излагаемого материала, но которые по тем или иным причинам (например из-за большого объема) нецелесообразно включать в основную часть курсовой работы. В этом случае в тексте делается сноска на соответствующее приложение.

Приложение помещают после списка использованных источников в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием наверху по центру страницы слова ПРИЛОЖЕНИЕ и его обозначение. Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ъ. Приложение должно иметь заголовок, который размещают симметрично относительно текста, начиная с прописной буквы отдельной стороной. Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию.

Правила оформления курсовой работы

Курсовая работа (КР) печатается на компьютере на одной стороне бумаги формата А4 (210х297мм).

При оформлении работы на компьютере используются следующие параметры? Шрифт №14 TimesNewRoman, межстрочный интервал полуторный, абзацный отступ 1,25 мм.

Рекомендуемый объем КР составляет 25-30 страниц печатного текста (без учета приложений), напечатанных на листах формата А4.

Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 25 мм.

Наименование структурных разделов работы: «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список используемых источников», «Приложения», должны служить заголовками соответствующих структурных элементов работы и глав (разделов) основной части следует располагать в середине печатного листа без точки в конце и печатать приписными буквами (заглавными), не подчеркивая. Главы должны иметь порядковую нумерацию и обозначаться арабскими цифрами (например Глава 1 Основные методы маркетинговых исследований). Каждая новая глава (раздел) начинается с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: содержанию, введению, заключению, списку использованных источников, приложениям. Расстояние между заголовками подразделов и последующим текстом – полуторный интервал. Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах главы (раздела). Номер подраздела состоит из номера главы и номера подраздела, разделенный точкой (например: 1.1. Глубинное интервью).

Не допускается подчеркивание заголовков, помещать заголовки подразделов и последующий текст на отдельных листах.

Нумерация страниц курсовой работы

Страницы нумеруются арабскими цифрами, номер страницы проставляется в середине нижнего поля страницы. Нумерация должна быть сквозной от титульного до последнего листа курсовой работы. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц работы, но номер страницы в нем не ставится. Номера страниц начинают проставляться со второй страницы.

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Поведенческая экономика» используются следующие образовательные технологии.

Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;

- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		29.06.2021 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		29.06.2021 г.
3	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		29.06.2021 г.
4	Учеб.-метод. отдел	М.О. Дерябичева		29.06.2021 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		29.06.2021 г.