

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по изучению дисциплины «Поведенческая экономика»
для студентов специальности 38.05.01 Экономическая безопасность
(специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической
безопасности»)

Ставрополь 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика работы студента при изучении дисциплины
2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины
3. Задания к практическим работам по темам:
 - Научные предпосылки формирования поведенческой экономики;
 - Поведенческая теория принятия решений;
 - Поведенческая теория потребления;
 - Поведенческая теория фирмы;
 - Поведение организации на рынке;
 - Традиционные и поведенческие финансы;
 - Поведенческие эффекты: применение в бизнесе и жизни.
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение изучения дисциплины

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Одной из основных задач изучения дисциплины «Экономический анализ» является освоение методов и специальных приемов, используемых для объективной и всесторонней оценки деятельности экономических субъектов.

Методические указания по изучению дисциплины, наряду с рабочей программой по дисциплине, относятся к основным учебно-методическим документам, способствующим освоению дисциплины.

К изучению дисциплины предъявляются следующие организационные требования:

- ~ обязательное посещение студентом всех видов аудиторных занятий;
- ~ ведение конспекта в ходе лекционных занятий;
- ~ качественная самостоятельная подготовка к практическим занятиям, активная работа на них;
- ~ активная, ритмичная самостоятельная аудиторная и внеаудиторная работа студента в соответствии с планом-графиком;
- ~ своевременная сдача преподавателю отчетных документов по аудиторным и внеаудиторным видам работ;
- ~ в случае наличия пропущенных студентом занятий, необходимо получить консультацию по подготовке и оформлению отдельных видов заданий.

1.1 Методические указания по самостоятельному изучению теоретического материала

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения материалов учебной дисциплины. Краткие записи лекций (конспектирование) помогает усвоить материал. Материалы лекций являются основой для подготовки студентов к семинарским и практическим занятиям.

Глубокое изучение дисциплины требует изучение дополнительной литературы.

Самостоятельная работа с дополнительной литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Правила самостоятельной работы с литературой

Как уже отмечалось, самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться; сам такой перечень должен быть систематизированным.

- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).

- разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует

прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.

При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями (или даже с более подготовленными и эрудированными сокурсниками), которые помогут Вам лучше сориентироваться, на что стоит обратить большее внимание, а на что вообще не стоит тратить время...

•Естественно, все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц).

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

1. Информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию).
2. Усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений).
3. Аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему).
4. Творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические указания по составлению конспекта

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

1.2 Методические указания по выполнению практических заданий

Практические задания и кейсы являются частью учебного процесса по подготовке квалифицированных специалистов, способствуют развитию и закреплению теоретических знаний студентов. Для выполнения практических заданий студентам следует изучить теоретическое содержание темы, методику проведения экономического анализа на основе проработки предложенных в методических указаниях задач и ситуаций.

Выполнение заданий способствует закреплению знаний в области теории экономического анализа, приобретению навыков применения методов моделирования факторных систем, оценки влияния количественных и качественных факторов на показатели, характеризующие конечные результаты деятельности хозяйствующих субъектов и ее эффективность, комплексной рейтинговой оценки результатов финансово- хозяйственной деятельности организаций и их структурных подразделений. По результатам выполнения заданий предлагается разработать аналитическое заключение,

что способствует развитию умения интерпретировать полученную аналитическую информацию, реализовывать методы экономического анализа в практической деятельности хозяйствующих субъектов.

Студенты очной и заочной формы обучения должны выполнить все практические задания либо в аудитории, либо самостоятельно во внеаудиторное время.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по дисциплине «Поведенческая экономика» предназначены для глубокого изучения студентами основных положений проведения экономического анализа, получения теоретических знаний о методических основах анализа и их практическом применении.

В процессе изучения курса студенты должны научиться глубже понимать сущность социально-экономических явлений и процессов, их взаимосвязь и взаимозависимость, уметь их детализировать, структурировать и модернизировать, определять влияние факторов и выявлять риски функционирования организации, используя наиболее эффективные приемы и способы. Решение заданий позволит получить практические навыки в области поведенческой экономики.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен получить следующие результаты:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-4. Способен разрабатывать и принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения, планировать и организовывать профессиональную деятельность, осуществлять контроль и учет ее результатов	ИД-1 ОПК-4. Разрабатывает и принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения	Осуществляет оценку и анализ поведения потребителя с помощью теоретических моделей для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей для осуществления профессиональной деятельности, подготавливает аналитические отчеты о экономических процессах и явлениях, обосновывает полученные выводы

П К - 6 способностью принимать оптимальные управленческие решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможностей использования имеющихся ресурсов	ИД-1 ПК-6. Критически сопоставляет альтернативные варианты решения поставленных профессиональных задач, разрабатывает и обосновывает способы их решения с учётом критериев экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий	Осуществляет поиск, сбор, обработку социально-экономической информации при принятии управленческих решений по предупреждению, локализации и нейтрализации рисков Формирует отчеты с целью обоснования прогнозирования экономического поведения человека как основы принятия решений
--	--	---

3. ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ РАБОТАМ

Практическое занятие 1,2

Научные предпосылки формирования поведенческой экономики.

Вопросы для собеседования:

1. Предмет поведенческой экономической теории.
2. Сущность, методология и исторический аспект поведенческой экономики.
3. Особенности взаимосвязи поведенческой экономической теории и неоклассического подхода.
4. Методы, используемые в рамках поведенческой экономической теории.
5. Сравните классическую и поведенческую экономику. Какие ключевые допущения классической теории опровергаются экспериментами в поведенческой экономике?
6. Поведенческая экономика и стандартная модель экономического агента.
7. Аномалии в межвременных предпочтениях, систематические ошибки.
8. Эволюция поведенческой и экспериментальной экономики.

Практическое занятие 3,4

Поведенческая теория принятия решений

Вопросы для собеседования:

1. Истоки концепции рациональности: нормативный, дескриптивный и предписывающий аспекты.
2. Предпосылки рациональности в экономике.
3. Определение рационального поведения в экономике. Понятие и виды рациональности.
4. Нормативная теория рациональности.
5. Субстанциональная и ограниченная рациональность.
7. Методология экономического анализа: позитивистская и поведенческая экономика
8. Иррациональное поведение в реальном мире.
9. Концепция нерационального экономического агента.
10. Причины нерационального поведения.

Задания для выполнения:

Задание 1. Почему люди покупают дорогие бренды, даже если есть дешевые аналоги? Объясните с точки зрения эффекта плацебо, социального статуса и других факторов.

Задание 2. Найдите 3 примера использования поведенческой экономики в рекламе (например, "только сегодня!", "осталось 2 штуки", "бесплатная доставка от 3000₽"). Объясните, как они работают.

Задание 3. Почему слишком большой ассортимент может снижать продажи? Проведите мини-опрос среди знакомых: как они чувствуют себя при выборе из 3 вариантов vs. 30 вариантов товара.

Задание 4. Почему люди чаще выбирают бесплатный, но менее выгодный вариант, чем платный, но более полезный? Приведите примеры из маркетинга (например, бесплатная доставка vs. скидка).

Задание 5. Как отзывы, рейтинги и популярность товара влияют на выбор? Проведите эксперимент: предложите одному человеку продукт с 100 отзывами (4.9★), а другому — тот же продукт без отзывов. Сравните реакцию

Практическое занятие 5,6,7

Поведенческая теория потребления

Вопросы для собеседования:

1. Почему эмпирические данные важны для поведенческой экономики? Как они дополняют или опровергают традиционные экономические модели?
2. Нейроэкономика и междисциплинарный подход к поведению человека.
3. Отклонения от нормативной рациональности.
4. Парадигма Канемана и Тверски эвристик и смещений.
5. Методы эвристики и искажения.
6. Когнитивные эвристики: примеры и лабораторные эксперименты.
7. Закон малых чисел.
8. Теория выбора в условиях риска: теория ожидаемой полезности фон Неймана-Моргенштерна и ее аксиомы.
9. Функция ценности.
10. Теория ментального учета Р.Талера.
11. Эффект избыточного анализа.

Задания для выполнения:

Задание 1. Что такое иррациональный выбор потребителя? Приведите пример, когда люди покупают более дорогой товар без объективных преимуществ.

Задание 2. Как когнитивные искажения влияют на экономическое поведение? Приведите три примера и объясните их последствия.

Задание 3. Колумбийский университет провел эксперимент, предложив людям в супермаркете продегустировать джем марки Wilkin&Sons. За дегустацию люди получали купон на скидку при покупке этого джема. Исследование

проводилось два раза. В первом давали выбор из 6 видов джема, другой – из 24. Результаты: 60% из проходивших мимо остановилось попробовать 24 вида джема. Выбор из 6 джемов привлек внимание 40% людей. При выборе из 6 вкусов конверсия в покупку оказалась в 10 раз больше – 30% против 3%. Объясните результат.

Задание 4. Женщина купила два крема для рук по цене одного. Получилась выгодная цена. Удачная покупка. Но когда она открыла упаковку, то увидела, что срок годности одного из них заканчивается через 1 неделю. Какой эффект сработает на покупательнице?

Задание 5. Компания «Цвет и запах», изучив предпочтения населения решила выпустить на рынок спрей, который будет уничтожать запахи. На разработку и вывод продукта на рынок было затрачено \$13 млн. Активность покупателей продолжалась только лишь первую неделю. Пока идет реклама – продажи есть, а потом – нет. В чем проблема? Подумайте, какие поведенческие факторы влияют на процесс принятия решений клиентами? Что бы вы предложили сделать компании?

Задание 6. В Кении люди не копили, не откладывали долгосрочно на пенсию, потому что считалось, что денег у них нет. Однажды решили выдать населению железные ящики для хранения денег. В результате за полтора года накопления увеличились чуть ли не на 20 % от того, что они хранили раньше.

Объясните эту ситуацию с позиции поведенческой экономики. Какие факторы и условия, влияют на принятие решений, помимо прямых мотивов? Приведите дополнительные примеры, демонстрирующие влияние внешних условий на принятие решений.

Задание 7. В поведенческой и экспериментальной экономике существует категория «импульсные покупки», и правление какого-то банка попытались внедрить на практике категорию «импульсное сохранение». Банк предоставлял клиентам возможность одним кликом перевести денежные средства со своего расчетного счета на свой же - накопительный. Сумму определяешь заранее, а приложение выглядит, как одна большая кнопка. Внедряя данную новацию, банкиры предположили, что у человека часто бывает чувство вины за траты, и

чтобы это чувство вины загладить, они дают возможность перекинуть какую-то сумму на накопления.

Как вы думаете повысилась ли у людей мотивация сберегать деньги? Если да, то какие аргументы воздействовали на данное решение, если – нет, то почему?

Практическое занятие 8,9,10

Поведенческая теория фирмы

Вопросы для собеседования:

1. Фирма как объект исследования
2. Пять задач стратегии организации: производственная задача, задача ресурсов, задача сбыта, задача рыночной доли, задача прибыли.
3. Коммуникация в крупных организациях.
4. Модели ограниченной и переменной рациональности агента.
- 5.Трехуровневая модель принятия решений Р. Зельтена.
6. Влияние поведенческих эффектов на общественный сектор.
7. Как компании используют эффект привязки (anchoring) в ценообразовании? Приведите примеры из ритейла, туризма или ресторанного бизнеса.
8. Какие поведенческие стратегии помогают повысить вовлеченность сотрудников в корпоративной среде (например, геймификация, социальные сравнения)?

Задания для выполнения:

Задание 1. Как Вы оцените, является ли руководитель склонным к риску, если при наличии задолженности по зарплате перед сотрудниками, он принял решение провести за счет компании новогодний корпоратив для работников? Как это отразится на финансовой деятельности фирмы?

Задание 2. В 2012 г. компания Peloton (занимается производством спортивного оборудования) задумалась как увеличить продажи среди клиентов, покупающих оборудование для занятий спортом дома. Попробуйте (не смотря на дальнейший кейс) сформулировать в чем отличие тренировок дома от занятий в фитнес зале? Как с помощью данных идей можно привлечь дополнительных клиентов?

Они предложили создать приложение и расширить атрибуты велотренажеров, чтобы каждый клиент получал свою собственную программу тренировок. Таким образом, они создали иллюзию присутствия дома персонального тренера. Однако перед ними встал следующий вопрос: как привлечь новых клиентов? Они построили свой бизнес на идее формирования привычек.

Опираясь на работу Нира Эяля, автора бестселлера «Hooked» было выделено 4 ключевых этапа привлечения клиентов:

1. Создание триггера. Триггеры – это то, что запускает поведение. И они бывают двух форм: внутренние триггеры и внешние. Внешним триггером может быть напоминание на вашем телефоне, которое сообщает вам, что у вас есть электронное письмо или уведомление. В то время как внутренним триггером может быть потребность избавиться от скуки. Например, проверять свои социальные сети во время рекламных пауз на телевидении.

2. Совершение клиентом действия по отношению к товару. После срабатывания триггера вам нужно, чтобы пользователь предпринял желаемое действие. Как правило, есть два важных фактора, которые обеспечивают выполнение желаемого действия. Это мотивация пользователя и простота действия.

3. Переменная награда. Магия создания продуктов и услуг, вызывающих привыкание, заключается в предоставлении людям различных вознаграждений. По сути, «непредсказуемое» вознаграждение – это мощный инструмент для бизнеса. Мы не знаем, что мы увидим, когда войдем в социальную сеть, и мы не знаем, что появится, когда мы нажмем кнопку на игровом автомате.

4. Инвестиции. На заключительном этапе, клиент должен приложить немного усилий. Это может быть загрузка изображений, предоставление данных или даже физическое напряжение. Чем больше усилий прикладывает клиент, тем больше он «инвестирует» в ваш продукт.

Используя теорию Нира Эяля, предложите действия (по 2 действия на каждый из 4 этапов), которые может предпринять компания Peloton для привлечения клиентов.

Практическое занятие 11,12

Поведение организации на рынке

1. В чем заключается сущность следующих действий: интеграция, слияния, поглощения, кооперация, специализация?
2. Слияния и поглощения как инструменты конкурентных стратегий российских компаний.
3. В чем суть информационного взаимодействия государства и корпораций?
4. Как Вы считаете, какую информацию покупателю компании может предоставить Федеральное агентство по управлению федеральным имуществом?
5. Какие обстоятельства обуславливают необходимость в неофициальных встречах властных структур с потенциальными инвесторами?
6. Зачем требуется одобрение действий по приобретению контроля над определенной компанией со стороны федеральных и местных властных структур?
7. Какие причины вызвали повышение активности государства на рынке M&A и появление модели доминирующего участника?
8. Особенности интеграционных процессов на российском рынке корпоративного контроля в условиях санкций.
9. Современные институциональные ограничения интеграционных стратегий российского бизнеса.

10. Административные и законодательные инициативы государства на рынке корпоративного контроля: текущая ситуация.

Задания для выполнения:

Задание 1. Провести анализ конкретной сделки по М&А на базе данных <http://mergers.ru/rusrinok/> по следующим параметрам: какая цель сделки, какой тип объединения, какой характер оплаты, необходимость данного объединения, эффективность объединения (количественные показатели – прибыль, рыночная стоимость, доля рынка).

Задание 2. Ознакомится с нормативной базой М&А <http://mergers.ru/rusrinok/>

Цель: используя полученные в процессе изучения курса знания, провести всесторонний анализ сделки по слиянию и поглощению с участием российской компании.

Отчет: Документ в формате Word 5-7 стр., шрифт Times New Roman, размер 12. презентация в формате Power Point.

План отчета:

1. Резюме.
2. Краткая история сделки, хронология событий.
3. Описание участников сделки, отрасли и конкурентной среды.
4. Юридические и налоговые аспекты сделки
5. Консультанты сделки. Их роль.
6. Финансирование сделки.
7. Развитие компании после слияния (смены контроля).

Практическое занятие 13,14,15

Традиционные и поведенческие финансы

Вопросы для собеседования:

1. Неоклассические теории финансов.

2. Рыночные аномалии и загадки рынка.
3. Пузыри и кризисы.
4. Поведенческие теории структуры капитала.
5. Поведенческая теория дивидендов: теория угождения Бейкера и Веглера.
6. Теория нерелевантности дивидендов Модильяни и Миллера.
7. Дивидендная политика: эмпирика.
8. Теория угождения.
9. Опишите три когнитивные эвристики (например, доступность, репрезентативность, якорение) и объясните, как они искажают принятие решений.
10. Что такое эффект фрейминга? Приведите пример, как одна и та же информация, представленная по-разному, может изменить выбор человека.
11. Почему люди склонны к гиперболическому дисконтированию? Приведите пример из личных финансов или здоровья.
12. Как социальные нормы влияют на экономическое поведение? Приведите пример, когда люди жертвуют личной выгодой ради соответствия групповым стандартам.
13. Какое влияние оказывают эмоции (страх, жадность, доверие) на инвестиционные решения? Сравните их роль в классической и поведенческой экономике.
14. Как эффект стадного поведения влияет на формирование финансовых пузырей? Приведите исторические примеры.
15. Какие когнитивные искажения (например, самоуверенность, предвзятость подтверждения) чаще всего проявляются у инвесторов? Как они искажают рыночные тенденции?
16. Почему инвесторы часто продают прибыльные активы слишком рано и держат убыточные слишком долго (эффект диспозиции)? Какие психологические механизмы лежат в основе этого поведения?
17. Как эмоции (страх, жадность, паника) влияют на динамику фондовых рынков? Можно ли использовать поведенческие паттерны для прогнозирования кризисов?

18. Какие "аномалии" рынка (например, эффект января, weekend effect) объясняются поведенческой экономикой, а не классической теорией эффективного рынка?

19. Как фрейминг (форма подачи информации) может менять общественное мнение по вопросам налогов, реформ или экологической политики?

20. Предубеждение статуса-кво

Задания для выполнения:

Задание 1. В начале 2000-х журнал The Economist предложил подписчикам три тарифных плана:

- \$59 в год за онлайн-версию,
- \$125 в год за печатную и онлайн-версию,
- \$125 в год за печатную версию.

Профессор Дюкского университета Дэн Ариэли провел опрос среди студентов и выяснил, что:

- 16% выбрали бы онлайн-версию,
- 84% – печатную и онлайн-версию,
- 0% – только печатную версию.

Убрав третий вариант, Ариэли получил практически противоположные результаты:

- 68% выбрали бы онлайн-версию,
- 32% – печатную и онлайн-версию.

Объясните полученный результат

Задание 2. У многих сервисов есть бесплатные пробные периоды, ограниченные по времени.

Например, Google на два года дарит 100 Гб в облачном хранилище Google Drive при покупке телефонов и ноутбуков на Chrome OS. После окончания пробного периода некоторые клиенты продолжают использовать сервис, хотя не стали бы оплачивать его сразу. Объясните причину

Задание 3. Различные трейдеры при рекламе своих курсов и других услуг часто представляют публике графики с падением и взлетом акций, аргументируя необходимость подписки на их курсы тем, что навыки, которые вы получите, помогут вам предсказать подобные движения. По факту рассуждать даже о значительных кризисах, таких как: финансовый кризис 2007-2008 гг. или «кризис доткомов» в начале 2000-х гг. – намного проще, чем предсказать подобные события заранее. Сейчас, спустя время, их реализация может показаться «очевидной» или «неизбежной», но для тех, кто анализировал рынок в тот момент, вероятные сценарии развития ситуации представлялись совсем иначе.

Назовите эффект, который описывается в данном тексте, и дайте его определение. Как можно нивелировать действие данного эффекта.

Практическое занятие 16,17,18

Поведенческие эффекты: применение в бизнесе и жизни

Вопросы для собеседования:

1. Поведенческие эффекты в маркетинге.
2. Поведенческие эффекты в сфере трудовых отношений.
3. Влияние поведенческих эффектов на общественный сектор.
4. Эффект обладания, подсознательная бухгалтерия, эффект потраченных средств, опция "по умолчанию", эффект контекста, эффект IKEA.
5. Метод лабораторного эксперимента в экономике.
6. Настроения и деловой цикл.
7. Роль эмоций в принятии решений.
8. Стратегии подталкивания (nudge) в различных областях экономики.

Задания для выполнения:

Задание 1. Вы - начальник отдела в динамично развивающейся компании. Друг Вашего детства попросил Вас принять на работу своего родственника. А у

Вас уже есть кандидат на это место, который подходит Вам. Какое решение Вы примете? Если Вы примете родственника друга, то какой эффект сработает на кандидате, которому Вы откажете?

Задание 2. Работнику дали задание написать статью на определенную тему. Также предоставили много материала, из которого надо выбрать то, что нужно для статьи. Работник с заданием не справился. По какой причине?

Задание 3. Гражданина приняли на стажировку на новую работу. Его все устраивает. Зарплата, должность, график работы. Начальство тоже довольно им спустя месяц. Но через 2 месяца начальство ему говорит, что не может его принять, не объясняя причин. Он узнает, что на его место взяли знакомого руководителя. Какому эффекту подвержен гражданин?

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение изучения дисциплины

Перечень основной литературы:

1. Максимова, В. Ф. Микроэкономика: учебник / В.Ф. Максимова. - Микроэкономика, Москва : Университет «Синергия», 2020. - 468 с.
2. Масалова,, Ю. Организационное поведение : учебное пособие / Ю. А. Масалова. - Организационное поведение,2031-04-05. - - Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2020. - 264 с.
3. Микроэкономика. Экономика предприятия (организации) : учебное пособие для спо / Е. А. Аникина, Л. М. Борисова, С. А. Дукарт [и др.] ; под редакцией Л. И. Иванкиной. - Микроэкономика. Экономика предприятия (организации),. - Саратов : Профобразование, 2021. - 428 с.
4. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей: Монография / О. С. Посыпанова. - Саратов : Вузовское образование, 2019. - 341 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Агаларова,, Е. Г. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова. - Ставрополь : Секвойя, 2018. - 136 с.
2. Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учебное пособие: / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 325 с.
3. Денисова, Е. С. Поведение потребителей: Учебное пособие / Е. С. Денисова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 168 с.
4. Дули, Р. Нейромаркетинг : как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с.
5. Кормина, О. И. Моделирование поведения потребителей / Кормина О. И. - Тольятти : ТГУ, 2018. - 181 с.

6. Поведение потребителей: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев [и др.] ; ред.: Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 238 с.

7. Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова . - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с.

8. Сидорова,, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ : монография / С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский. - Москва : Прометей, 2019. - 130 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ // Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
2. Информационная справочная система КонсультантПлюс. / / Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Профессиональная база данных «Всероссийская система данных о компаниях и бизнесе»
«За честный бизнес» // Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru>
4. Профессиональная база данных Росстата // Режим доступа: Росстат — Базы данных (<https://rosstat.gov.ru>)
5. Профессиональная база данных Интерфакс «СПАРК»// Режим доступа: <https://spark-interfax.ru/>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации самостоятельной работы «Поведенческая экономика»
для студентов специальности 38.05.01 Экономическая безопасность
(специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической
безопасности»)

Ставрополь 2026

Методические указания по дисциплине «Поведенческая экономика» содержат задания для студентов, необходимые для организации самостоятельной работы.

Проработка предложенных заданий позволит студентам приобрести необходимые знания в области изучаемой дисциплины.

Предназначены для студентов специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» (Специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»).

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

План выполнения самостоятельной работы

Методические указания по организации самостоятельной работы

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Введение

Самостоятельная работа студентов является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного изучения определенных тем дисциплины по материалам, рекомендованным преподавателем, а также в порядке подготовки к практическим занятиям.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в технологии обучения.

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональных компетенций будущего специалиста (ОПК-4, ПК-6) по направлению подготовки 38.05.01 Экономическая безопасность специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности».

Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Целью самостоятельной работы студентов по дисциплине «Поведенческая экономика» является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами самостоятельной работы по дисциплине «Поведенческая экономика» являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: внимательное изучение лекционного материала, а также самостоятельную работу с основной и дополнительной литературой.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо внимательно изучить указанные темы, опираясь на конспекты лекций, рекомендуемую основную и дополнительную литературу, а также материалы практических занятий.

Ответы на вопросы оцениваются по следующим критериям:

- соответствие ответа вопросу;
- логичность,
- научность,
- доказательность ответа;
- владение понятийным аппаратом;
- умение делать выводы;
- наличие примеров.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы. Компетенции ОПК-4; ПК-6; освоены на повышенном уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них. Компетенции ОПК-4; ПК-6; полностью освоены на базовом уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания

только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы. Компетенции ОПК-4; ПК-6; частично освоены на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы. Компетенции; ОПК-4; ПК-6; не освоены.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: постановку проблемы (формулировку вопросов) и мотивирование студентов по ее разрешению; индивидуальная и групповая работа с вопросами разного уровня; обсуждение проделанной работы; формулирование выводов по теме, подведение итогов.

Предлагаемые студенту вопросы для собеседования позволяют проверить овладение следующими компетенциями: ОПК-4; ПК-6

Вопросы базового уровня требуют от студентов показать знание методов сбора и анализа информации для решения поставленных вопросов, методик расчета финансово-экономических показателей по данным бухгалтерской финансовой и другой отчетности, выработки управленческих решений.

Повышенный уровень вопросов направлен на диагностику знаний инструментария формирования и использования комплексной системы финансово-экономических показателей деятельности организации в зависимости от поставленных вопросов, выработки эффективных управленческих решений, а также понимание способов применения освоенных знаний в практической деятельности.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию студентам необходимо ознакомиться с материалом учебника и лекций, поработать с дополнительной литературой и Интернет-источниками.

Ответы на вопросы оцениваются по следующим критериям: соответствие ответа вопросу; логичность, научность, доказательность ответа; владение понятийным аппаратом; умение делать выводы; наличие примеров.

Методические указания по составлению конспекта

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические рекомендации по подготовке доклада

К самостоятельной работе относится написание и защита доклада в семестре.

Подготовка доклада по дисциплине «Поведенческая экономика» - один из основных этапов учебного процесса в обучении студентов, которым необходимо приобрести навыки самостоятельного исследования и представления его результатов. Тема выбирается студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем.

Примерные темы доклада:

1. Иллюзия воспоминаний
2. Преувеличенная эмоциональная когерентность (эффект ореола)
3. Закон малых чисел
4. Эффект привязки как способ корректировки
5. Эффект репрезентативности (предсказания по репрезентативности)
6. Иллюзия значимости
7. Ошибка планирования
8. Неприятие потерь
9. Эффект владения
10. Парадокс Алле
11. Мысленные счета
12. Корректировка и эффект привязки
13. Психология доступности
14. Регрессия к среднему
15. Эволюция теоретических подходов к определению экономического поведения
16. Нейроэкономика как метод построения экономических моделей
17. Перспективы и ограничения эксперимента как метода исследования экономического поведения
18. Понятие риска и неопределенности
19. Влияние личностных качеств экономических агентов на процесс принятия решений

20. Модели принятия управленческих решений: классическая (нормативная), дискрептивная (описательная), модель Карнеги, модель инкрементального процесса принятия решений.

21. Потребление в маркетинге: влияние факторов культуры

22. Понятие конфликта и его влияние на развитие организации

23. Практическое применение модели принятия решений Р. Зельтена

24. Фирма как коалиция индивидов и подразделений (Модель Р. Сайерта и Дж.Марча)

25. Иллюзия контроля

26. Частная теория рефлексивности

27. Теория перспектив А. Тверски и Д. Канемана

28. Теория социальных предпочтений.

29. Теория справедливого распределения. «Игра с ультиматумом»: сущность, особенности, поведение игроков.

30. Концепция «справедливого равновесия».

31. Устойчивое и неустойчивое равновесие в теории игр.

Общие рекомендации по подготовке доклада

Доклад должен включать в себя введение, основную часть и заключение. Во введении необходимо отразить обоснование актуальности выбранной темы, краткое описание текущего состояния проблемы. В нем студент должен указать цель и задачи работы, объект исследования, элементы новизны, введенные в процессе написания работы. Необходимо перечислить проблемы, которые должны быть решены в рамках выбранной темы.

Основная часть доклада должна содержать вопросы, предусмотренные в плане работы. В ней необходимо отразить теоретические основы, раскрывающие суть проблемы, проанализировать собранные материалы, характеризующие практическую сторону объекта исследования. Этот раздел может содержать рабочие таблицы, диаграммы (диаграммы и другие материалы).

В заключение необходимо отразить выводы и предложения, полученные в

результате предыдущей работы. Они должны быть сформулированы четко и точно.

Список литературы включает в алфавитном порядке список современных законов и нормативных актов, соответствующей научной литературы, научных работ, статистических сборников и других источников, выпущенных не ранее пяти лет.

Оформление доклада и порядок защиты

Объем работы – 4-7 страниц пронумерованного компьютерного текста, шрифт, 14, интервал 1,5, поля стандартные. Иллюстрации, фотографии, рисунки, графики, которые появляются на тексте, должны быть пронумерованы.

Выполненный доклад проверяется преподавателем. Если доклад оформлен согласно предъявляемым требованиям, то работа допускается к защите, о чем преподавателем делаются записи на титульном листе работы. Если доклад имеет отрицательный отзыв, то документ возвращается на доработку с последующим представлением о его повторном рассмотрении.

Доклады могут сопровождаться презентацией, отражающей основные моменты выполненного исследования.

Критерии оценки доклада

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём эссе; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. Тема доклада не раскрыта, обнаруживается

существенное непонимание проблемы.

Оценка «неудовлетворительно» – доклад выпускником не представлен.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

Успешное выполнение тестовых заданий является необходимым условием итоговой положительной оценки в соответствии с рейтинговой системой обучения. Выполнение тестовых заданий предоставляет студентам возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Тестовые задания охватывают основные вопросы по дисциплине. У студента есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий студенты должны изучить лекционный материал по теме, соответствующие разделы учебников, учебных пособий и других источников.

Контрольный тест выполняется студентами самостоятельно во время семинарских занятий.

Учебно-методическое и информационное обеспечение изучения дисциплины

Перечень основной литературы:

1. Максимова, В. Ф. Микроэкономика: учебник / В.Ф. Максимова. - Микроэкономика, Москва : Университет «Синергия», 2020. - 468 с.
2. Масалова,, Ю. Организационное поведение : учебное пособие / Ю. А. Масалова. - Организационное поведение, 2031-04-05. - - Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2020. - 264 с.
3. Микроэкономика. Экономика предприятия (организации) : учебное пособие для спо / Е. А. Аникина, Л. М. Борисова, С. А. Дукарт [и др.] ; под редакцией Л. И. Иванкиной. - Микроэкономика. Экономика предприятия (организации),. - Саратов : Профобразование, 2021. - 428 с.

4. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей: Монография / О. С. Посыпанова. - Саратов : Вузовское образование, 2019. - 341 с.

Перечень дополнительной литературы:

1. Агаларова,, Е. Г. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова. - Ставрополь : Секвойя, 2018. - 136 с.
2. Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учебное пособие: / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 325 с.
3. Денисова, Е. С. Поведение потребителей: Учебное пособие / Е. С. Денисова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 168 с.
4. Дули, Р. Нейромаркетинг : как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с.
5. Кормина, О. И. Моделирование поведения потребителей / Кормина О. И. - Тольятти : ТГУ, 2018. - 181 с.
6. Поведение потребителей: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев [и др.] ; ред.: Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 238 с.
7. Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова . - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с.
8. Сидорова,, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ : монография / С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский. - Москва : Прометей, 2019. - 130 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ // Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
2. Информационная справочная система КонсультантПлюс. / / Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Профессиональная база данных «Всероссийская система данных о компаниях и бизнесе»
«За честный бизнес» // Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru>
4. Профессиональная база данных Росстата // Режим доступа: Росстат — Базы данных (<https://rosstat.gov.ru>)
5. Профессиональная база данных Интерфакс «СПАРК»// Режим доступа: <https://spark-interfax.ru/>