

## Цель освоения дисциплины

На курсе обсуждаются вопросы из современной поведенческой и экспериментальной экономики, которые могут быть полезны маркетологам. Отдельное внимание уделяется особенностям проведения экспериментов, что позволяет научиться выявлять причинно-следственные связи и конструировать эксперименты для исследовательских и бизнес-задач.

## Краткое содержание дисциплины

Курс включает следующие темы:

- Основы поведенческой и экспериментальной экономики
- Предпочтения с точками отсчета
- Межвременной выбор
- Социальные предпочтения
- Нестандартные убеждения
- Поведенческое ценообразование
- Нестандартное принятие решений и архитектура выбора

## Преподаватель



Никишина Елена  
Николаевна



Маркова Ольга  
Анатольевна

## Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,  
108 часа.

## Итоговый контроль

Проводится в форме  
устного экзамена.