

Поведенческая экономика

ФИО преподавателя

Солодухина Анна Владимировна

Цель освоения дисциплины

Обеспечить методологической и предметной базой поведенческой экономики, применимой для проведения маркетинговых исследований и создания маркетинговых стратегий.

Краткое содержание дисциплины

Курс направлен на изучение методов поведенческой экономики и экспериментально выявленных паттернов поведения людей, применимых к маркетинговым исследованиям и стратегии. В частности, в курсе рассматриваются поведенческие эффекты и их проявление в потребительском выборе, способы использования поведенческих эффектов при формировании политики ценообразования; использование популярной на западе и уже зарекомендовавшей себя концепции «подталкивания» при управлении выбором потребителя; способы создания неэкономической ценности товара, бренда с помощью инсайтов поведенческой и нейроэкономики; социальное влияние на потребительский выбор.

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме экзамена.