

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Behavioural economics. Psychology of decision making (Wykład), PG_00093958						
Kierunek studiów	Logistics and Mobility (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć				
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		prof. dr hab. Jacek Zaucha				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Student zapoznał się i potrafi praktycznie wykorzystać dla celów profesjonalnych modele teoretyczne i wyniki badań ekonomii behawioralnej						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[LMMU2_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom		Dzięki znajomości ekonomii behawioralnej student est gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom		[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[LMMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumencie oraz rozszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych		Dzięki znajomości ekonomii behawioralnej student ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumencie oraz rozszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych		[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[LMMU2_U13] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w nim wiodącą rolę		Dzięki znajomości ekonomii behawioralnej student potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w nim wiodącą rolę		[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport		

Treści przedmiotu	Opis kursu: Moduł 1: Racjonalne podejmowanie decyzji Podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka i niepewności, Drzewo decyzyjne Wartość oczekiwana, Oczekiwana użyteczność, Paradoks petersburski, Studia przypadków dotyczące praktycznego wykorzystania wartości oczekiwanej. Moduł 2: Wprowadzenie do ekonomii behawioralnej Teoria von Neumana i Morgensterna, Ograniczona racjonalność, Preferencje i motywy ekonomiczne ludzi, Rola motywów wiodących, Zredukowana racjonalność ludzkich wyborów ekonomicznych, Zredukowana racjonalność czy różne poziomy racjonalności? Ekonomia behawioralna w odniesieniu do głównego nurtu ekonomii. Moduł 3: System 1 i System 2 Jak podejmujemy decyzje, Decyzje automatyczne i intuicja, Wysiłek wymagany do podjęcia świadomych decyzji, efekt wyczerpania, Efekt torowania, Łatwość poznawcza, Poszukiwanie wyjaśnień - spójne historie i normy, Efekt aureoli, WYSIATI, Podstawianie pytań Moduł 4: Heurystyki i błędy logiczne Heurystyka afektu, Błąd małych liczb, Heurystyka dostępności, Kotwiczenie, Heurystyka reprezentatywności, Błąd regresji, Ramowanie, Nadmierna pewność siebie i niechęć do strat: - Iluzja ważności, - Błąd planowania, - Powszechne uprzedzenie optymistyczne, Błąd utopionych kosztów. Moduł 5: Teoria perspektywy Neutralny punkt odniesienia, - poziom adaptacji, Zasada malejącej wrażliwości w ocenie zmian bogactwa, Awersja do strat kontra poszukiwanie ryzyka, Złe kontra dobre wybory, Efekt pewności i możliwości, Nieliniowe ważenie prawdopodobieństw: na przykład funkcja Preleca, Efekt wyposażenia. Moduł 6: Altruizm Altruizm wzajemny, Altruizm kontra współpraca, Oddanie jako część zachowań altruistycznych, Altruizm jako inwestycja, Płeć i podejście altruistyczne. Moduł 7: Eksperymenty i praktyka Projektowanie eksperymentu behawioralnego, Omówienie i dopracowanie koncepcji eksperymentu, Przeprowadzenie eksperymentu, Prezentacja wyników badań eksperymentów studenta i ich omówienie, Warsztat na temat finansów publicznych behawioralnych - dyskusja na temat wyników eksperymentów studenta. Przygotowanie eksperymentów będzie omawiane ze studentami również w godzinach dyżuru		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Eksperyment behawioralny	51.0%	20.0%
	Aktywność na zajęciach	51.0%	80.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur - DAN ARIELY, Predictably Irrational. Harper Collins Publishers 2008 - DANIEL KAHNEMAN, Thinking fast and slow. Macmillan 2001		

	Uzupełniająca lista lektur	Uzupełniająca lista lektur DAN ARIELY, The upside of irrationality, Harper Collins Publishers, 2010
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Podaj praktyczny przykład, w jaki sposób wykorzystasz w codziennych relacjach ekonomicznych (wciel się w rolę menedżera dużego supermarketu, dyrektora generalnego dużej firmy lub szefa agencji marketingowej lub premiera swojego rządu) wiedzę na temat: Wyczerpania ego, Efektu primingu, Łatwości poznawczej Skłonności do tworzenia spójnych historii (skłonność do wiary) Efektu halo WYSIATI Zastępowania pytań Jesli potrzebujesz przedyskutować twoje pomysły zapraszam na konsultacje.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.