**Межфакультетский курс**

**«Экономическая психология и Когнитивная экономика»**

**Примерные вопросы к зачету по курсу**

|  |
| --- |
| 1. Что такое рациональное поведение в понимании экономистов? Как рациональный экономический агент принимает решения? Проиллюстрируйте модель рационального принятия решения на конкретной ситуации. |
| 1. Экономическая модель рационального принятия решения: достоинства, недостатки, ограничения применения. |
| 1. Как реальное поведение отклоняется от «рационального»? Сравните две модели – рациональную и реальную. Проиллюстрируйте свое сравнение на примере игры Ультиматум. |
| 1. Что такое поведенческая экономика? В чем состоит специфика подхода, основные постулаты, теории, достижения. |
| 1. В чем заключается Теория Перспектив Канемана и Тверски? Нарисуйте график, отражающих положения теории, и проинтерпретируйте их (5 особенностей принятия решений, которые они отражают). |
| 1. Поведенческие эффекты – что это такое? Приведите примеры конкретных эффектов, опишите эксперименты, которые их выявили, и приведите пример их проявления в жизни. |
| 1. В чем причина нерационального поведения? Назовите факторы, которые делают поведение людей нерациональным, приведите несколько экспериментов, которые подтверждают эту связь (фактор – поведение) |
| 1. Влияние толпы на поведение индивида. Исследователи влияния большинства и их работы. |
| 1. Поведение в группе – влияние большинства. В чем заключается явление? Какие эксперименты выявили эти феномены? От каких факторов зависит степень подверженности индивида большинству? |
| 1. Поведение в группе – влияние меньшинства. В чем заключается явление? Какие эксперименты выявили эти феномены? Каковы условия влияния меньшинства на индивида? |
| 1. Влияние другого человека на поведение индивида. Опишите эксперимент, который установил степень подверженности индивида влиянию другого (незнакомого) человека, и его результаты. |
| 1. Влияние ситуации на поведение индивида: стэнфордский эксперимент. Цель эксперимента, его дизайн, результаты. Возможное применение/проявление в экономических отношениях. |
| 1. Предмет исследований в когнитивной психологии. |
| 1. Внимание. Основные концепции внимания. |
| 1. Свойства восприятия человека. |
| 1. Мотивационные влияния на восприятие. |
| 1. Виды памяти у человека. |
| 1. Рабочая память как система хранения и переработки информации. |
| 1. Характеристики долговременной памяти. |
| 1. Мышление. Решение задач. |
| 1. Принятие решений и когнитивные иллюзии. |
| 1. Автоматические и сознательно контролируемые процессы. |
| 1. Эффект ИКЕА, закрывающиеся возможности, эффект владения, магия бесплатного – в чем заключаются эти эффекты? Приведите примеры их проявления в маркетинге. |
| 1. Поведенческие эффекты в работе: роль нематериальной мотивации, эффект Тома Сойера, социальные и рыночные нормы (опишите эксперименты и их результаты) |
| 1. Какие поведенческие эффекты можно применить при разработке социальных программ (здоровый образ жизни, сохранение природных ресурсов, просоциальное поведение) и как? |
| 1. Проектирование экономических процессов: покажите на примере разных проектов (не меньше 3), какие стимулы можно использовать для направления поведения человека. |
| 1. Проектирование пенсионной системы США : традиционный подход (какие могут быть варианты?) и поведенческий подход (эффекты, препятствующие сберегательному поведению, дизайн программы SaveMoreTomorrow, ее эффективность) |
| 1. Назовите основные методы традиционных маркетинговых исследований. В чем их недостатки? |
| 1. Что такое нейромаркетинг? Что дает нейромаркетинговое исследование по сравнению с традиционными маркетинговыми методами? |
| 1. Что такое айтрекер (eye tracker), какие физиологические показатели он регистрирует? Какие физиологические процессы, важные для нейромаркетинга, отражают эти показатели? Для каких прикладных маркетинговых задач можно использовать айтрекер? |
| 1. Какие физиологические показатели регистрирует полиграф? |
| 1. Каков принцип построения контрольных, нейтральных и проверочных вопросов при использовании полиграфа в исследовании? |
| 1. Для решения каких задач полиграф применяется в нейромаркетинге? |
| 1. Как проводится анализ мимики для определения знака и силы эмоций? Что такое микровыражения? Что такое FACS? В чем заключаются и о чем говорят исследования П.Экмана по невербальной диагностике? |