

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан ФЕУ

Андрій КОЦУР

“ ”

2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ІНІТО

Святослав ПИТЕЛЬ

“ ”

2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної роботи

Віктор ОСТРОВЕРХОВ

2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

“Поведінкова та експериментальна економіка”

ступінь вищої освіти – бакалавр

галузь знань – 07 Управління та адміністрування

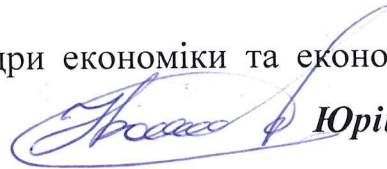
спеціальність – 075 Маркетинг

освітньо-професійна програма – «Маркетинг»

Кафедра економіки та економічної теорії

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	II	IV	32	14	3	6	95	150	IV
Заочна	II	IV	8	4	-	-	138	150	IV

Робочу програму склав доцент кафедри економіки та економічної теорії,
канд. екон. наук, доцент



Юрій ІВАШУК

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та економічної теорії, протокол № 1 від 27.08.2025 р.

В.о. завідувача кафедри, д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

Гарант ОПП «Маркетинг», канд. екон. наук, доцент



Людмила ГАЛЬКО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПОВЕДІНКОВА ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ЕКОНОМІКА»

1. Опис дисципліни «Поведінкова та експериментальна економіка»

Дисципліна – «Поведінкова та експериментальна економіка»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Статус дисципліни – вибіркова дисципліна Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів - 4	Спеціальність: 075 Маркетинг	Рік підготовки: Денна – 2 Заочна – 2 Семестр: Денна – 4 Заочна – 4
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції: Денна – 32 год. Заочна – 8 Практичні заняття: Денна – 14 год. Заочна - 4
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: Денна – 95 год. Тренінг – 6 год Заочна – 138 год Індивідуальна робота: Денна – 3 год.
Тижневих годин – 10, з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета і завдання вивчення курсу «Поведінкова та експериментальна економіка»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Програма з курсу «Поведінкова та експериментальна економіка» відповідає навчальному плану підготовки бакалаврів зі спеціальності 051 «Економіка». Вона складена у відповідності з кваліфікаційною характеристикою бакалавра, є основним навчально-методичним документом, який покладено в основу визначення змісту й форм навчального процесу з даної дисципліни з урахуванням вимог, що ставляться в ЗУНУ.

Даний курс спрямований на формування фундаментальних теоретичних знань у сфері психологічних основ економічної поведінки, психологічних

моделей економічних рішень, причин відхилення від раціонального економічного вибору та когнітивних обмежень економічного агента, труднощів із сприйняттям та аналізом системно складної інформації, що не враховуються неокласичною економічною теорією.

У цьому курсі розглядаються головні види економічних експериментів (лабораторні, польові), вивчаються приклади щодо того, як експериментальні методи уможливають відповіді на питання, що постають перед економістами. Також обговорюється питання щодо того, наскільки поведінка людей відповідає тому, що передбачає типова економічна теорія. Розглядаються експерименти, які дають змогу виявити такі психологічні аспекти мотивації, як альтруїзм, довіра, справедливість та реципрокність в прийнятті економічних рішень.

2.2. Завдання вивчення дисципліни полягає в одержанні фундаментальних теоретичних і практичних знань щодо методологічних аспектів побудови експериментальних досліджень в мікроекономічних системах а також виявлення феноменів системної складності як передумов поведінкової, а не раціональної реакції в процесі вибору економічних альтернатив;

2.3. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні *знати*:

- методику планування, організації та проведення поведінково-економічних експериментів, інтерпретації та представлення результатів;
- феномени системної складності як передумови поведінкової, а не раціональної реакції в процесі вибору економічних альтернатив;
- драйверів людської поведінки для побудови ефективних маркетингових бізнес-сценаріїв та фахових рішень щодо ризику та доходності;
- сучасні психологічні та економічні моделі поведінки, чинники відхилення від раціонального економічного вибору, що не враховуються неокласичною економічною теорією;
- інструментарій аналізу стратегічної взаємодії економічних суб'єктів
- панорами евристик як сурогатів процедур оптимізації та альтернативи розширеному пошуку інформації.

2.4. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні *вміти*:

- інтерпретувати та представляти результати експериментального дослідження як аналітичні рекомендації для управлінської діяльності;
- застосовувати розуміння прихованих драйверів людської поведінки для проектування систем підтримки управлінських рішень;
- застосовувати концепцію «евристик» для аналізу провалів раціональної поведінки економічних суб'єктів в контексті аналізу фінансових ринків;
- аналізувати варіанти взаємодій економічних суб'єктів;
- приймати ефективні управлінські рішення, пов'язані з діяльністю компанії через призму теоретико-концептуального підходу теорії ігор.

3. Зміст дисципліни «Поведінкова та експериментальна економіка»

Тема 1. Історичний фон та передумови виникнення поведінкової та експериментальної економіки.

Поведінкова економіка як новий аналітичний напрям. Предмет та об'єкт поведінкової економіки. Методологічні засади поведінкової економіки. Функції поведінкової економіки. Експериментальна економіка як новий аналітичний напрям. Предмет та об'єкт експериментальної економіки. Функції експериментальної економіки. Спільне та відмінне в методології поведінкової та експериментальної економіки. Поняття економічного експерименту. Внесок Д. Канемана та В. Сміта в утвердження та розвиток поведінкової та експериментальної економіки. Нереалістичність психологічних передумов з яких випливають стандартні неокласичні моделі, поняття обмеженої раціональності. Основні завдання поведінкового аналізу за Г. Саймоном. Методологічні відмінності між «старою» та «новою» поведінковою економікою. Критика «ортодоксальної» теорії очікуваної корисності. «Парадокс Алле» та «парадокс Елсберга» в критиці теорії очікуваної корисності. «Теорія перспектив» як альтернативна концепція прийняття рішень в умовах невизначеності. Основні відмінності теорії перспектив від стандартної теорії очікуваної корисності. Етапи розвитку експериментальної економіки. Наукові інтереси та характеристика досліджень В. Сміта: методологія експериментальної економіки; експериментальна перевірка конкурентного ринку; механізм аукціону; конкуренція в енергетиці.

Література: 1, 2, 4, 5, 7, 8, 12, 14, 17.

Тема 2. Поняття раціональності в експериментальній та поведінковій економіці: точки доторку та розходження.

Зростання добробуту індивідів як основа збільшення споживання (інвестицій). Співвідношення категорій «справедливість» та «раціональність» в рамках стандартної соціально-економічної моделі. Два види раціональності в економічній теорії. Конструктивістська раціональність: дедуктивний шлях створення соціальних інститутів шляхом розвитку людського мислення. Конструктивістський напрям теорії ігор. Соціальні норми довіри і реципрокності в досягненні кооперативних результатів. Обмеженість і недоліки конструктивістської раціональності. Можливості управління природними механізмами автобіографічної пам'яті. Поняття екологічної раціональності. Екологічна раціональність як основа для розуміння існуючого порядку певних форм людської культури. Ідея емерджентного порядку в економіці. Праці С. Зігеля і Л. Фуракера про поведінку при прийнятті рішень. Дослідження характеристик ринку з урахуванням індивідуальних оцінок в експериментальній економіці. Процес вироблення оцінок індивідами (раціональності) в поведінковій економіці. Вплив інститутів та раціональності на окремі експериментальні ринки. Відмінності в наукових підходах економістів і психологів щодо категорії раціональності.

Література: 1, 2, 5, 7, 9, 12, 18, 19.

Тема 3. Поняття когнітивних евристик (cognitive heuristics), як механізму прийняття рішень економічними суб'єктами.

Евристики як сурогати процедур оптимізації та альтернатива розширеному пошуку інформації. Принципи появи індивідуальних евристик. Внесок Г. Саймона в ідею використання евристик для пояснення прийняття рішень. Внесок А. Тверські і Д. Канемана в теорію евристик. «Ефект атрибуції» як гіпотеза, що пояснює існування евристик. Теорія неусвідомленого мислення. Модель трьох систем Д. Канемана як пояснювальна гіпотеза існування евристик. Ефект початкового, референтного становища («reference point effect»). Ефект вкладених засобів («sunk cost effect»). Ефект початкового запасу («endowment effect»). Ефект форми («framing effect»). Принцип упередженої доступності («availability bias»). Принцип упередженої репрезентативності («representativeness bias»). Ефект визначеності («certainty effect»).

Література: 1, 4, 7, 8, 12, 14, 15, 18.

Тема 4. Методологічні аспекти побудови експериментальних досліджень в мікроекономічних системах.

Теорія мікроекономічних систем в експериментальній економіці. Інституційні правила та сумісність стимулів. Однолотові аукціони. Англійський аукціон. Аукціон першої ціни. Аукціон другої ціни. Закриті аукціони. Дискримінаційний аукціон. Конкурентний аукціон. Поняття лабораторного та польового експерименту. Експерименти щодо виявлення «законів» поведінки. Евристичні експерименти. Експерименти щодо виявлення граничних умов. Підготовчий етап експериментального дослідження. Наукова проблема, ідея, актуальність і мета експериментального дослідження. Визначення об'єкта та предмета експериментального дослідження. Поняття гіпотези та її типи в експериментальній економіці: експериментальні, теоретично обґрунтовані, емпіричні. Постановка завдань експериментального дослідження. Поняття стратегії і програми експериментального дослідження. Логіка наукового пошуку та функції програми експериментального дослідження. Констатувальна і формувальна стратегія в експериментальних дослідженнях. Експериментальні змінні та способи їх контролювання. Незалежна та залежна змінні. Поняття експериментальної вибірки. Критерії формування експериментальної групи. Критерій операційної валідності.

Література: 2, 4, 6, 8, 9, 11, 12, 14, 19.

Тема 5. Стратегічна взаємодія в світлі теорії ігор: прикладне значення, види ігор, рівновага Неша.

Суть теорії ігор (з економічної точки зору). Етапи розвитку теорії ігор. Внесок Дж. Харшані в загальну теорію раціональної поведінки в ігрових ситуаціях. Поняття стратегічної взаємодії в теорії ігор. Характеристика ігор за рівноправністю ходів: симетричні і несиметричні ігри. Характеристика ігор за розміром виграшу: ігри з нульовою і ненульовою сумою. Характеристика за можливістю кооперації гравців: некооперативні та кооперативні ігри. Характеристика ігор за порядком здійснення кроків: паралельні і послідовні гри. Характеристика ігор за доступною гравцям інформацією: ігри з повною і

неповною інформацією. Поняття формального опису гри. Поняття гри в нормальній (стратегічній) формі. Рівновага в домінуючих стратегіях. Максимінна рівновага («maximin equilibrium»). Рівновага Неша («Nash equilibrium»). Рівновага в домінантних стратегіях («dominant strategies equilibrium»). Парето-оптимальні ситуації («Pareto optimal situations»).

Література: 1, 3, 4, 6, 8, 11, 12, 16, 18.

Тема 6. Поняття персоніфікованого соціального обміну в експериментальній економіці: ігри на довіру, ультимативні та диктаторські ігри.

Гіпотеза В. Сміта щодо походження соціальних норм. Соціальні норми як механізми, що знижують транзакційні витрати. Вивчення анонімних взаємодій в контексті досягнення кооперативних результатів. Теорія сприйняття. Властивість сприйняття до самоорганізації в межах внутрішнього порядку мислення. Розум як продукт біологічної та культурної еволюції людського мозку. Важливість умов гри (контексту) в прийнятті рішень економічними суб'єктами. Диктаторські ігри з виграшем від обміну. Диктаторські ігри без виграшу від обміну. Ігри на довіру, що представлені в розгорнутій формі. Одноперіодна диктаторська гра з виграшем від обміну. Двохперіодна диктаторська гра з виграшем від обміну. «Читання думок» і розуміння мотивів інших економічних суб'єктів в іграх на довіру.

Література: 3, 4, 6, 9, 12, 13, 14, 16, 17, 18,.

Тема 7. Поняття кооперації економічних суб'єктів: в світлі теорії повторювальних ігор та категорії реципрокності.

Поняття кооперації в світлі теорії кооперативних ігор. Самопідтримувана рівновага та репутація як чинники, що сприяють кооперативному результату. Розумові алгоритми, що дозволяють виявляти та карати порушників соціального обміну. Нейробіологічна адаптація та адаптації людської соціальної поведінки. Інституційні умови, що сприяють кооперації навіть за умови несумісних індивідуальних стимулів. Важливість спостереження та відслідковування за поведінкою контрагента в контексті посилення вірогідності кооперативного результату. Застосування санкцій за опортуністичну поведінку як чинник посилення ймовірності кооперативного результату. Спільні очікування по дотриманню соціальних норм як чинник укріплення реципрокності. Сигнали про наміри та довіра як чинники досягнення кооперативного результату. Норми як продукти культурної взаємодії: соціальна норма рівності, соціальна норма справедливості, соціальна норма реципрокності. Типи реципрокності в експериментальній економіці: позитивна та негативна реципрокність. Відмінності реципрокності від товарного обміну.

Література: 2, 5, 7, 8, 9, 12, 13, 15, 18, 19.

Тема 8. Експериментальна перевірка функціональних гіпотез: чинники грабіжницького ціноутворення та дискримінації, основні постулати теорії суспільних благ.

Основні чинники, що сприяють грабіжницькому ціноутворенню. Активна конкуренція та грабіжницьке ціноутворення як чинники низьких цін. Безповоротні витрати входу на ринок. Інформація про витрати інших фірм як перевага. Поняття благ як матеріальних та нематеріальних цінностей, що приносять людям задоволення (користь). Поняття приватних, змішаних та суспільних благ. Невиключність та неконкурентність як характеристики суспільних благ. Проблема «безквиткового пасажира» як одна з гіпотез в рамках теорії суспільних благ. Неможливість децентралізованого забезпечення суспільними благами. Гіпотеза Е. Кларка, Т. Гровса і Дж. Ледьярда про можливість створення децентралізованого регулюючого механізму прийняття оптимальних рішень щодо забезпечення суспільними благами. Емпірична перевірка теорії суспільних благ. Факти, що свідчать про наявність механізму добровільного постачання громадськими благами. Лабораторні експерименти: прийняття рішень стосовно суспільних благ.

Література: 5, 6, 7, 8, 12, 19.

Тема 9. Нейроекономіка як міждисциплінарний напрямок, що фокусується на механізмах прийняття рішень.

Нейроекономіка як новий аналітичний напрям. Предмет та об'єкт нейроекономіки. Функції нейроекономіки. Експерименти П. Глімчера щодо передбачення ухвалення рішення виходячи з активності нейронів. Нейроекономічна нейрона теорія прийняття рішення. Етапи прийняття рішення згідно поглядів А. Ранджеля. Раціональні та емоційні системи мозку в прийнятті рішень. Демонстрація конфлікту раціональної та емоційної системи в світлі гри «Ультиматум» («ultimatum game»). Дослідження А. Сенф'є щодо реакції острівкової і лобової кори мозку на несправедливі пропозиції. Парадигма міжчасового вибору в світлі нейроекономіки. Феномен тимчасового дисконтування («temporal discounting»). Нейроекономіка моралі у прийнятті рішень. Моральні дилеми «випадок з трамваєм» («trolley dilemma») та «історія з пішохідним мостом» («footbridge dilemma»). Нейроекономічні дослідження про існування двох паралельних систем відносно моралі: нормативної («не убий») і утилітарної («вибирай, що краще»). Емоції і прийняття рішень економічними суб'єктами. Програш істотної суми грошей, як чинник підвищеної схильності до ризику (при подальших рішеннях). Поняття «еволюційно стабільної стратегії» у світлі категорій максимізації власної вигоди та конформізму.

Література: 5, 6, 7, 8, 12, 19.

Тема 10. Експериментальна перевірка поведінки фінансових ринків

Поняття календарних або сезонних ефектів. «Ефект січня» (January effect), «Ефект дня тижня» (day of the week effect), «Ефект понеділка» (Monday effect) «Ефект п'ятниці 13-го». Поняття феномену цінових бульбашок та адаптивних очікувань. Емпірична характеристика ринкових бумів. Характеристики ринків, що підтверджують гіпотезу раціональних очікувань Дж. Мута.

Література: 3, 4, 6, 9, 12, 13, 14, 16, 17, 18.

4. Структура залікового кредиту курсу «Поведінкова та експериментальна економіка»
Денна форма навчання

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практичні	СРС	Тренінг	ІРС	Контрольні заходи
Змістовий модуль I. Прогнозування та аналіз ринків на макро- і мікрорівні						
Тема 1. Історичний фон та передумови виникнення поведінкової та експериментальної економіки	2	2	10	3	-	Опитування, тести
Тема 2. Поняття раціональності в експериментальній та поведінковій економіці: точки дотику та розходження	2	2	10		1	Кейси
Тема 3. Поняття когнітивних евристик як механізму прийняття рішень економічними суб'єктами	2	2	10		-	Тести, групові завдання
Тема 4. Методологічні аспекти побудови експериментальних досліджень	4	4	10		-	Кейси
Тема 5. Стратегічна взаємодія в світлі теорії ігор: прикладне значення, види ігор, рівновага Неша	2	2	10		-	Задачі, кейси
Змістовий модуль II. Експертні методи та оцінка якості економічних прогнозів						
Тема 6. Поняття персоніфікованого соціального обміну в експериментальній економіці	4	4	10	3	1	Кейси
Тема 7. Поняття кооперації економічних суб'єктів: в світлі теорії повторювальних ігор та категорії реципрокності.	2	2	10		-	Опитування, задачі
Тема 8. Експериментальна перевірка функціональних гіпотез: чинники грабіжницького ціноутворення та дискримінації, основні постулати теорії суспільних благ	2	2	10		-	Тести, групові завдання, задачі
Тема 9. Нейроекономіка як міждисциплінарний напрямок, що фокусується на механізмах прийняття рішень.	2	2	7		1	Кейси
Тема 10. Експериментальна перевірка поведінки фінансових ринків	2	2	6		-	Кейси, групові завдання
Разом:	32	14	95	6	3	

Заочна форма навчання

Модулі та контрольні заходи	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	СРС
Змістовий модуль 1. Прогнозування та аналіз ринків на макро- і мікрорівні			
Тема 1. Історичний фон та передумови виникнення поведінкової та експериментальної економіки.	2	2	13
Тема 2. Поняття раціональності в експериментальній та поведінковій економіці: точки доторку та розходження.			13
Тема 3. Поняття когнітивних евристик, як механізму прийняття рішень економічними суб'єктами.	2		14
Тема 4. Методологічні аспекти побудови експериментальних досліджень			14
Тема 5. Стратегічна взаємодія в світлі теорії ігор: прикладне значення, види ігор, рівновага Неша.			14
Змістовий модуль 2. Експертні методи та оцінка якості економічних прогнозів			
Тема 6. Поняття персоніфі-кованого соціального обміну в експериментальній економіці	2	2	14
Тема 7. Поняття кооперації економічних суб'єктів: в світлі теорії повторювальних ігор та категорії реципрокності.			14
Тема 8. Експериментальна перевірка функціональних гіпотез: чинники грабіжницького ціноутворення та дискримінації, основні постулати теорії суспільних благ.			14
Тема 9. Нейроекономіка як міждисциплінарний напрямок, що фокусується на механізмах прийняття рішень.	2		14
Тема 10. Експериментальна перевірка поведінки фінансових ринків			14
Разом	8		4

5. Тематика практичних занять з дисципліни «Поведінкова та експериментальна економіка»

Змістовий модуль I. Прогнозування та аналіз ринків на макро- і мікрорівні

Практичне заняття №1

Тема 1. Історичний фон та передумови виникнення поведінкової та експериментальної економіки

Мета: Сформувані знання фундаментальних основ поведінкової та експериментальної економік, їх методологічних засад та етапів розвитку. Перевірка методом лабораторного експерименту достовірності основних постулатів «ортодоксальної» теорії очікуваної корисності з метою демонстрації нереалістичності психологічних передумов з яких впливають стандартні неокласичні моделі.

Питання для обговорення:

- 1.1. Поведінкова економіка як новий аналітичний напрям. Предмет та об'єкт поведінкової економіки. Методологічні засади поведінкової економіки. Функції поведінкової економіки.
- 1.2. Експериментальна економіка як новий аналітичний напрям. Предмет та об'єкт експериментальної економіки. Функції експериментальної економіки.
- 1.3. Етапи розвитку експериментальної економіки (від зародження до сучасності)
- 1.4. Спільне та відмінне в методології поведінкової та експериментальної економіки.
- 1.5. Нереалістичність психологічних передумов з яких впливають стандартні неокласичні моделі. Поняття обмеженої раціональності та основні завдання поведінкового аналізу за Г. Саймоном.
- 1.6. Методологічні відмінності між «старою» та «новою» поведінковою економікою. Критика «ортодоксальної» теорії очікуваної корисності. «Парадокс Алле», «Парадокс Елльсберга».
- 1.7. «Теорія перспектив» як альтернативна концепція прийняття рішень в умовах невизначеності. Основні відмінності теорії перспектив від стандартної теорії очікуваної корисності.
- 1.8. Наукові інтереси та характеристика досліджень В. Сміта як фундатора методологічних засад експериментальної економіки.

Література: 1, 2, 4, 5, 7, 8, 12, 14, 17.

Практичне заняття №2

Тема 2. Поняття раціональності в експериментальній та поведінковій економіці: точки доторку та розходження

Мета: Розвинути теоретичні уявлення про види раціональності в економічній теорії, процес вироблення оцінок індивідами (раціональності) в поведінковій економіці, характеристики ринку з урахування індивідуальних оцінок в експериментальній економіці, відмінності в наукових підходах економістів і психологів щодо категорії раціональності.

Питання для обговорення:

- 2.1. Поняття конструктивістської раціональності.

- 2.2. Конструктивістський напрям теорії ігор.
- 2.3. Обмеженість і недоліки конструктивістської раціональності.
- 2.4. Поняття екологічної раціональності.
- 2.5. Дослідження характеристик ринку з урахуванням індивідуальних оцінок в експериментальній економіці.
- 2.6. Поняття процесу вироблення оцінок індивідами (раціональності) в поведінковій економіці
- 2.7. Відмінності в наукових підходах економістів і психологів щодо категорії раціональності.

Література: 1, 2, 4, 5, 7, 8, 12, 14, 19.

Практичне заняття №3

Тема 3. Поняття когнітивних евристик (cognitive heuristics), як механізму прийняття рішень економічними суб'єктами

Мета: Розкрити теоретичне уявлення про евристики як сурогати процедур оптимізації, принципи появи власних евристик, перелік найбільш відомих евристик в поведінковій економіці.

Питання для обговорення:

- 3.1. Евристики як сурогати процедур оптимізації та альтернатива розширеному пошуку інформації. Принципи появи індивідуальних евристик.
- 3.2. Внесок Г. Саймона, А. Тверські і Д. Канемана в теорію евристик.
- 3.3. Теорії, що пояснюють існування евристик: теорія неусвідомленого мислення, модель трьох систем, «ефект атрибуції»
- 3.4. Перелік найбільш відомих евристик в поведінковій економіці: ефект початкового, референтного становища («reference point effect»), ефект початкового запасу («endowment effect»), ефект форми («framing effect») та ін.

Література: 1, 4, 7, 8, 12, 14, 15, 18.

Практичне заняття № 4-5

Тема 4. Методологічні аспекти побудови експериментальних досліджень в мікроекономічних системах

Мета: Сформулювати знання про поняття мікроекономічних систем, інституту, інституційних правил і сумісності стимулів, видів аукціонів та експериментів. Засвоїти методологію (етапи) побудови лабораторних експериментів.

Питання для обговорення:

- 4.1. Поняття мікроекономічних систем в експериментальній економіці.
- 4.2. Поняття лабораторного та польового експерименту. Експерименти щодо виявлення «законів» поведінки. Евристичні експерименти. Експерименти щодо виявлення граничних умов.
- 4.3. Інституційні правила та сумісність стимулів. Однолотові аукціони. Англійський аукціон. Аукціон першої ціни. Аукціон другої ціни. Закриті аукціони. Дискримінаційний аукціон. Конкурентний аукціон.
- 4.4. Методологічні засади побудови лабораторного експерименту

Література: 1, 2, 4, 5, 7, 8, 12, 14, 17.

Практичне заняття №6

Тема 5. Стратегічна взаємодія в світлі теорії ігор: прикладне значення, види ігор, рівновага Неша (1 години)

Мета: Сформуванати знання про зміст теорії ігор, етапи її розвитку, типи ігор за критерієм взаємовиключності, формувального опису гри, рівноваги в домінуючих стратегіях та рівноваги Неша.

Питання для обговорення:

- 5.1. Сутність теорії ігор (з економічної точки зору). Етапи розвитку теорії ігор.
- 5.2. Класифікація ігор за критерієм взаємовиключності.
- 5.3. Поняття стратегічної взаємодії в теорії ігор. Поняття формального опису гри.
- 5.4. Поняття гри в нормальній (стратегічній) формі.
- 5.5. Рівновага в домінуючих стратегіях. Максимінна рівновага («maximin equilibrium»).
- 5.6 Поняття рівноваги Неша. Парето-оптимальні ситуації.

Література: 1, 2, 5, 7, 9, 12, 18, 19.

Змістовий модуль II.

Експертні методи та оцінка якості економічних прогнозів

Практичне заняття №7-8

Тема 6. Поняття персоніфікованого соціального обміну в експериментальній економіці: ігри на довіру, ультимативні та диктаторські ігри

Мета: Розвинути теоретичні уявлення про походження соціальних норм, поняття персоніфікованого соціального обміну, анонімних взаємодій, «читання думок» і інших мотивів у взаємовідносинах економічних суб'єктів.

Питання для обговорення:

- 6.1. Соціальні норми як механізми, що знижують транзакційні витрати.
- 6.2. Специфіка анонімних взаємодій в контексті досягнення кооперативних результатів.
- 6.3. Важливість умов гри (контексту) в прийнятті рішень економічними суб'єктами.
- 6.4. Диктаторські ігри з вирашем від обміну. Диктаторські ігри без вирашу від обміну.
- 6.5. Ігри на довіру, що представлені в розгорнутій формі.
- 6.6. «Читання думок» і розуміння мотивів інших економічних суб'єктів в іграх на довіру.

Література: 1, 3, 4, 6, 8, 11, 12, 16, 18.

Практичне заняття №9

Тема 7. Поняття кооперації економічних суб'єктів: в світлі теорії повторювальних ігор та категорії реципрокності

Мета: Розвинути теоретичні уявлення про поняття кооперації, чинники, що посилюють ймовірність досягнення кооперативного результату, поняття реципрокності та її типи.

Питання для обговорення:

- 7.1. Поняття кооперації в світлі теорії кооперативних ігор.

7.2. Самопідтримувана рівновага та репутація як чинники, що сприяють кооперативному результату.

7.3. Інституційні умови, що сприяють кооперації навіть за умови несумісних індивідуальних стимулів.

7.4. Спільні очікування по дотриманню соціальних норм як чинник укріплення реципрокності.

7.5. Сигнали про наміри та довіра як чинники досягнення кооперативного результату.

7.6. Норми як продукти культурної взаємодії: соціальна норма рівності, соціальна норма справедливості, соціальна норма реципрокності.

7.7. Типи реципрокності в експериментальній економіці: позитивна та негативна реципрокність. Відмінності реципрокності від товарного обміну.

Література: 3, 4, 6, 9, 12, 13, 14, 16, 17, 18.

Практичне заняття №10

Тема 8. Експериментальна перевірка функціональних гіпотез: чинники грабіжницького ціноутворення та дискримінації, основні постулати теорії суспільних благ

Мета: Розвинути теоретичні уявлення про напрацювання щодо експериментальної перевірки чинників грабіжницького ціноутворення та дискримінації, основні постулати теорії суспільних благ.

Питання для обговорення:

8.1. Перевірка основних чинників, що сприяють грабіжницькому ціноутворенню в лабораторних умовах.

8.2. Поняття благ як матеріальних та нематеріальних цінностей, що приносять людям задоволення (користь), їх типи та характеристики.

8.3. Гіпотези в рамках теорії суспільних благ: 1) проблема «безквиткового пасажира», 2) неможливість децентралізованого забезпечення суспільними благами.

8.4. Гіпотеза Е. Кларка і Т. Гровса про можливість створення децентралізованого регулюючого механізму прийняття оптимальних рішення щодо забезпечення суспільними благами.

8.5. Емпірична перевірка теорії суспільних благ.

8.6. Експерименти в реальних економічних умовах.

Література: 3, 4, 6, 9, 12, 13, 14, 16, 17, 18.

Практичне заняття №11

Тема 9. Нейроекономіка як міждисциплінарний напрямок, що фокусується на механізмах прийняття рішень

Мета: Сформувати фундаментальні знання про нейроекономіку як новий аналітичний напрям, нейроекономічну нейронну теорію прийняття рішень, поняття «еволюційно стабільної стратегії».

Питання для обговорення:

9.1. Нейроекономіка як новий аналітичний напрям. Предмет та об'єкт нейроекономіки її функції.

9.2. Нейроекономічна нейрона теорія прийняття рішення.

9.3. Демонстрація конфлікту раціональної та емоційної системи в світлі гри «Ультиматум» («ultimatum game»).

9.4. Парадигма міжчасового вибору в світлі нейроекономіки. Феномен тимчасового дисконтування («temporal discounting»).

9.5. Нейроекономіка моралі у прийнятті рішень. Моральні дилеми «випадок з трамваєм» («trolley dilemma») та «історія з пішохідним мостом» («footbridge dilemma»).

Література: 5, 6, 7, 8, 12, 19.

Практичне заняття №12

Тема 10. Експериментальна перевірка поведінки фінансових ринків

Мета: Розвинути теоретичні уявлення про календарні або сезонні ефекти, їх види, поняття цінових бульбашок та адаптивних очікувань.

Питання для обговорення:

10.1. Поняття календарних або сезонних ефектів їх типи.

10.2. Поняття феномену цінових бульбашок та адаптивних очікувань.

10.3. Емпірична характеристика ринкових бумів.

10.4. Характеристики ринків, що підтверджують гіпотезу раціональних очікувань Дж. Мута.

Література: 2, 4, 7, 8, 9, 15, 17, 18.

6. Самостійна робота

Тематика самостійної роботи студента:

1. Нейромаркетинг і теорія поширення інформації
2. Модель сентиментального інвестора
3. Модель помилкового сприйняття ймовірності
4. Узагальнена поведінкова модель оцінки вартості активів
5. Когнітивний дисонанс і його економічні наслідки
6. Еволюція концепції раціональності в економічній теорії
7. Справедливість розподілу благ як аргумент функції корисності
8. Експерименти, що тестують різні теорії соціальних переваг
9. Вибір стратегії подачі новин і цінова конкуренція
10. Ефект якоря (anchoring), як вплив сторонньої інформації
11. Справедливість розподілу благ як аргумент функції корисності
12. Ефект володіння (endowment effect): експериментальне підтвердження і критика
13. Поняття альтруїзму в теорії соціальних переваг
14. Парадокси та обмеження індивідуального процесу прийняття рішень: залежність від контексту, самовпевненість
15. Лабораторні експерименти щодо виявлення чинників грабіжницького ціноутворення
16. Лабораторні експерименти щодо перевірки впливу повної інформації на ринкову конкуренцію
17. Динаміка конкурентного ринку та формування рівноважної ціни в працях В. Сміта

18. Перші спроби експериментального тестування економічних теорій (XVIII – початок XX ст.)
19. Зародження експериментальної економіки (середина 40-х – початок 60-х років XX ст.)
20. Теорія аукціонів і фондової біржі в працях В. Сміта
21. Теорія лабораторних експериментів в мікроекономічних системах В. Сміта
22. Польовий експеримент в експериментальній економіці: сутність і приклади
23. Етапи становлення теорії ігор: зародження та сучасність
24. Науковий геній Джона Форбса Неша: його розробки та їх практичне використання в галузі економічних наук
25. Еволюція поняття раціональності в економічній науці (починаючи з XVII ст. до сьогодення)
26. Поняття раціональності в економістів та психологів: точки доторку та відмінності
27. Стратегії подання новин та реклами в когнітивній психології
28. Історичні приклади кооперативної поведінки, що обумовлена традицією розподілу
29. Процес людського мислення як результат тривалої еволюційної адаптації
30. Поняття справедливості в кооперативних іграх
31. Механізм Гровса-Ледьярда в угодах про виробництво оптимальної кількості суспільного блага
32. Внесок Дж. Свіні щодо перевірки гіпотези безбілетника в теорії суспільних благ.
33. Внесок Д. Канемана в дослідження нераціональної людської поведінки
34. Експерименти щодо впливу емоції обурення на прийняття рішень
35. Можливість негативного впливу зовнішніх стимулів на мотивацію економічних суб'єктів
36. Соціальні норми рівності, справедливості та реципрокності у вирішенні проблем соціального обміну

7. Тренінг з дисципліни

Мета тренінгу: Надати учасникам практичні інструменти для розробки та проведення власних експериментів у сфері поведінкової економіки, закріпити теоретичні знання та стимулювати подальші дослідження.

Структура тренінгу:

Частина 1: Актуалізація знань та постановка завдань (15 хвилин)

- **Коротке повторення основ:** Швидкий огляд ключових концепцій поведінкової економіки, таких як когнітивні упередження, евристики, соціальний вплив.
- **Постановка мети тренінгу:** Чому важливо переходити від теорії до практики? Які практичні навички ми отримаємо?
- **Оголошення завдання:** Сьогодні ми спроектуємо простий експеримент, який можна провести навіть за допомогою смартфона.

Частина 2: Майстер-клас: Розробка експериментального дизайну (45 хвилин)

- **Вибір теми:** Спільне обговорення та вибір цікавої та актуальної теми для експерименту. Можливості: вплив соціального доведення на готовність до покупки, ефект якоря в оцінці вартості, вплив емоцій на прийняття рішень.
- **Формулювання гіпотези:** Як перетворити цікаву ідею на конкретне дослідницьке питання? Як сформулювати гіпотезу, яку можна перевірити експериментально?
- **Вибір методу:** Які методи збору даних ми можемо використовувати? Анкети, експерименти в лабораторії, польові експерименти. Який метод найкраще підійде для нашої теми?
- **Створення експериментального протоколу:** Покрокова інструкція:
 - Визначення незалежної та залежної змінних.
 - Створення контрольної групи.
 - Розробка процедури проведення експерименту.
 - Складання інструкцій для учасників.
 - Розробка інструментів для збору даних (анкет, програм для експериментів).
- **Обговорення етичних аспектів:** Як забезпечити анонімність учасників? Як уникнути маніпуляцій?

Частина 3: Практичне завдання (60 хвилин)

- **Розподіл на групи:** Учасники об'єднуються в невеликі команди по 3-4 особи.
- **Робота над проектом:** Кожна команда розробляє свій експериментальний дизайн на основі обраної теми. Викладач або асистент надають консультації.
- **Презентація проектів:** Кожна команда коротко презентує свій проект, пояснюючи гіпотезу, дизайн експерименту та очікувані результати.
- **Обговорення та зворотний зв'язок:** Учасники обмінюються думками, задають питання, отримують зворотний зв'язок від інших учасників та викладача.

8. Методи навчання

У процесі вивчення дисципліни «Поведінкова та експериментальна економіка» застосовуються наступні методи навчання:

- лекції, у тому числі й проблемні з попередньою роздачею лекційних матеріалів студентам;
- практичні заняття у їх різноманітних формах;
- консультації за узгодженим графіком;
- індивідуальні заняття під керівництвом викладача;
- самостійна робота студентів з літературою у бібліотеці, в Інтернеті,

9 Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Поведінкова та експериментальна економіка» використовуються наступні засоби оцінювання та методи – стандартизовані тести;

- поточне опитування;
- аналітичні звіти, реферати.
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- участь у тренінгу;
- оцінювання результатів виконання самостійної роботи;
- залік.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Поведінкова та експериментальна економіка” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 3	Модуль 4
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Тренінг	Самостійна робота
Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять (кожен здобувач оцінується не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 1-10. У позааудиторний час.	Оцінка за тренінг визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань під час тренінгу.	Оцінювання завдання теоретичної та практичної частин завдання самостійної роботи студента

Поточне оцінювання під час заняття.

Модуль 1 у своїй структурі містить поточне оцінювання. Кінцева оцінка за кожен блок поточного опитування визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять.

1-59 балів – при опитуванні фіксується поверхове відтворення термінів без пояснення, фрагментарна відповідь, відсутність логіки при вирішенні задач.. При оцінюванні аналітичної складової засвоєння матеріалу відсутні чіткі пояснення

взаємозв'язків між оцінюваними категоріями. Студент не пояснює хід вирішення задач, а лише, лише констатує факти. При вирішенні кейсів приклади реальних ситуацій відсутні, або невідповідні темі. Загалом, такі відповіді є незадовільними, позаяк не розкривають суть опрацьованого матеріалу у практичній та аналітичній частині курсу.

60-64 – при опитування студент частково розуміє поняття та термінологію дисципліни, проте, все ж має плутанину у визначеннях, він подає основні тези вивчених тем, але без розкриття деталей маркетингових конструктивних зв'язків. При вирішенні кейсових завдань наведені приклади, але слабка аргументація, чому саме ці випадки співзвучні із тематикою дослідження. Загалом, оцінка мінімально задовільна, відповідь правильна, але поверхова.

65-74 бали – студент, в цілому, володіє навчальним матеріалом. При вирішенні задач таки є базове виконання, зроблено частково правильні розрахунки, здійснено поверховий аналіз. При описі кейсової ситуації відмічається грамотність, логічна побудова відповіді, часткове використання літератури, підібрані приклади, але вони не завжди вписуються у контекст тематики, яку опрацьовується на занятті. Загалом, оцінюється студент задовільно, позаяк з матеріалом теоретичним ознайомився, але аналітичні завдання не виконуються на хорошому рівні.

75-89 балів – спостерігається правильне пояснення методів досліджень. Студент освоїв на теоретичному рівні необхідність використання, залежно від контексту завдання таких методів як опитування, спостереження, експеримент, панельні дослідження тощо. При вирішенні задач робить доволі непогані і коректні розрахунки (вибірки, середні, індекси, статистичні показники), вміє застосовувати при вирішенні кейсів інструменти аналізу ринку. Загалом, його відповідь є повною, аналітика має місце при вирішенні задач, але, частково, відповідь із дрібними неточностями.

90-100 балів – при опитуванні студент уміє критично порівнювати різні методи маркетингових досліджень, пояснює сильні й слабкі сторони аналітичної частини кейсових завдань. Вирішуючи задачі, здійснює глибокий аналіз даних, інтерпретує результати, робить обґрунтовані висновки. Кейсові завдання завжди містять чітку аргументацію, критичний аналіз, оригінальні ідеї та пропозиції при презентації їх на практичних. Загалом, така відмінна оцінка поляризується через вичерпні знання студента, логічні й аргументовані відповіді.

Тренінг.

Підсумкова оцінка за тренінг виставляється після виконання студентом завдань, де він навчається працювати із спеціалізованим обладнанням для створення контенту

1-59 – пасивна участь студента у тренінгу, мінімальний внесок під час роботи із спеціалізованим обладнанням. Оцінюється незадовільно через низьку активність та відсутність практичних навичок.

60-64 бали – спостерігається при роботі в лабораторії з спеціалізованим обладнанням, поверхневе знання техніки роботи приладів, невпевнені відповіді при аналізі результатів роботи інших студентів. Оцінка задовільна: базові знання й участь в експериментах, але без аналізу ситуації

65-74 бали – правильне використання спеціалізованого обладнання, але не використовує в повній мірі всі можливості приладів. Робить базові висновки при роботі з спеціалізованим обладнанням.

75-89 балів – цікаві, частково розвинуті для різних ринків пропозиції використання для різного контенту спеціалізованого обладнання. Зрозуміла презентація результатів роботи приладів з доволі хорошою аналітикою. Оцінюється як добрий результат: якісна робота з окремими недоліками в презентації результатів роботи обладнання.

90-100 балів – студент має глибокі знання практики використання для формування контенту спеціалізованого обладнання, уміє застосовувати результати створеного контенту в практиці тренінгу. Відмінний результат: висока теоретична підготовка, активність, креативність, професійний рівень виконання завдань.

Самостійна робота.

Оцінюється за виконання самостійно завдань за кожну студію. Ці завдання повинні бути представлені у вигляді презентації

1-59 – поверхове застосування теорії, відсутність зв'язку з креативом у маркетингу.

60-64 використані окремі методи креативного створення контенту, але частково неповно. Базовий аналіз практики використання креативних технологій, але без деталізації для різних ситуацій.

65-74 бали – сформульовані окремі елементи креативного контенту, наведені приклади використання креативних технологій при просуванні продукту

75-89 балів – аргументовані презентаційні матеріали за результатами власних вторинних і первинних досліджень креативних матеріалів різних бізнесів у світовій та вітчизняній практиці, зрозуміла методика проведених досліджень, базові слайди є візуально цікавими, але з неточностями.

90-100 балів – професійна презентація з візуалізацією, логікою та чіткою подачею ідей. Креативні рішення, інноваційні підходи, висока практична цінність проекту.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90 – 100	відмінно	A (відмінно)
85 – 89	добре	B (дуже добре)
75 – 84		C (добре)
65 – 74	задовільно	D (задовільно)
60 – 64		E (достатньо)
35 – 59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю перескладання)
1 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)	1-10
2.	Проектор ViewSonic PJ 7223	1-10
3.	Програма для роботи з електронними таблицями Microsoft Office Excel	1-10

Всі матеріали дисципліни «Поведінкова та експериментальна економіка» завантажено на платформу дистанційного навчання MOODLE ЗУНУ, в т.ч. електронний варіант лекцій та методичні вказівки щодо виконання самостійної роботи (електронний варіант).

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Аріелі Д. Передбачувана ірраціональність. Львів: Видавництво Старого Лева, - 2018. 296 с.
2. Аріелі Д. Чесно про (не)чесність. Львів: Видавництво Старого Лева, - 2019 - 288 с.
3. Аріелі Д. Добре бути ірраціональними. Як мислити нелогічно та отримувати несподівані переваги. Львів: Видавництво Старого Лева, - 2021- 352 с.
4. Бушуєв, С. Д. Управління проектами в умовах «поведінкової економіки» / С. Д. Бушуєв, Д. А. Бушуєв, Р. Ф. Ярошенко // Управління розвитком складних систем. - 2018. - Вип. 33. - С. 22-30. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Urss_2018_33_5.
5. Грецька-Миргородська, В. В. Концепції соціалізації економіки: що нового вносить поведінковий підхід? [Електронний ресурс] / В. В. Грецька-Миргородська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2018. - Вип. 20(1). - С. 117-121. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumevcg_2018_20\(1\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumevcg_2018_20(1)_28).
6. Закревська, Л. М. Поведінкова економіка як інструмент забезпечення сталих конкурентних переваг [Електронний ресурс] / Л. М. Закревська // Наукові праці Національного університету харчових технологій. - 2018. - Т. 24, № 3. - С. 55-61. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2018_24_3_8.
7. Іванов, Р. В. Моделювання процесів економічної поведінки домогосподарств : монографія / Р. В. Іванов ; Дніпров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. - Дніпро : Біла К. О. [вид.], 2019. - 266 с. .
8. Івашук Ю.П. (2017). Поведінкова та експериментальна економіка: навч. посіб. Тернопіль: Осадца Ю.В., 120 с.
9. Івашук, Ю. П. Поведінкова та експериментальна економіка : навч. посіб. / Ю. П. Івашук ; Терноп. нац. екон. ун-т. - Тернопіль : Осадца Ю. В., 2017. - 119 с. :
10. Івашук, Ю. Внесок Річарда Талера в розвиток поведінкової економіки (Нобелівська премія з економіки 2017 р.) [Електронний ресурс] / Ю. Івашук //

Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2019. - Вип. 2. - С. 155-162. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2019_2_16.

11. Кононович, Т. Економічна поведінка і процес прийняття рішення: Single Case Study [Електронний ресурс] / Т. Кононович, П. М'ясоїд // Психологія і суспільство. - 2019. - № 2. - С. 115-138. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psis_2019_2_9.

12. Муазі Д. (2018). Геополітика емоцій. Як культури страху, приниження та надії змінюють світ. К., 184 с.

13. Рієл Дж., Мартін Р. (2019). Техніка ухвалення рішень. Як люди роблять вибір. К.: Наш формат, 248 с.

14. Румерт Р. (2019). Гарна стратегія. Погана стратегія. У чому різниця і чому це важливо. К.: Формат, 324 с.

15. Талер Р., Санстейн К. (2017). Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір. К.: Наш формат, 312 с.

16. Талер, Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення = Misbehaving / Річард Талер ; пер. з англ. Світлана Крикуненко. - Київ : Наш формат, 2018. - 464 с.

17. Циганова, Н. В. Взаємодія суб'єктів фінансового ринку в умовах поведінкової економіки [Електронний ресурс] / Н. В. Циганова // Науковий погляд: економіка та управління. - 2019. - № 2. - С. 174-184. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2019_2_23.

18. Чорний, О. В. Економічна наука та психологія : міждисциплінарні зв'язки / О. В. Чорний // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики : Всеукраїнський науково-виробничий журнал. - 2018. - № 12. - С. 7-15.

19. Чужиков, А. В. Поведінкові фактори розвитку медійного бізнесу / А. В. Чужиков // Інвестиції: практика та досвід : науково-практичний журнал. - 2018. - № 12. - С. 47-52.