



HÖGSKOLAN I GÄVLE

Beteendekonometri med företagsekonomiska tillämpningar 7,5 hp

Behavioral Economics with Business Applications 7.5 cr

Fastställd av Akademien för utbildning och ekonomi

Version

| Beslutad den | Gäller fr.o.m. |
|--------------|----------------|
| 2021-03-03 | HT2021 |

| | |
|--------------------------|---|
| Fördjupning | G1N |
| Utbildningsnivå | Grundnivå |
| Kurskod | NEG004 |
| Högskolepoäng | 7,5 hp |
| Huvudområde | Nationalekonomi, Företagsekonomi |
| Ämnesgrupp | Nationalekonomi |
| Utbildningsområde | Naturvetenskapliga området 50.0 % Samhällsvetenskapliga området 50.0 % |

Mål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse:

- Redogöra för centrala begrepp och teorier inom beteendekonometri. (1)
- Redogöra för centrala problem, nutida och historiska, inom det beteendekonometriska fältet. (2)
- Identifiera källor till att människors beteende, uppfattningar och beslutsfattande kan avvika från det ekonomiskt rationella. (3)

Färdighet och förmåga:

- Diskutera beteendekonometriska perspektiv i förhållande till neoklassiskt ramverk. (4)
- Visa hur beteendekonometriska perspektiv kan tillämpas för att förstå och analysera människors beteende i företagsekonomiska sammanhang. (5)

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

- Reflektera över relevansen av beteendekonometriska resultat för vidare samhällsfrågor. (6)

| | | | | |
|----------------------------|---|--|--------|-----------|
| Kursens innehåll | <p>I kursen ges en överblick över det beteendeeconomiska fältets centrala begrepp och teorier, dess historia och nuläge. I kursen behandlas beteendeeconomiska teorier och begrepp med tyngdpunkt på det kognitionspsykologiska ramverk som har sitt ursprung i Kahneman och Tverskys forskningstradition. I kursen ingår också en konceptuell allmänorientering om de naturvetenskapliga metoder som tillämpas inom området.</p> <p>I kursen ges också en överblick över de beteendeeconomiska teorier och begrepp kan användas för att förstå varför människor beter sig som de gör i ekonomiska sammanhang och varför beteendet ibland är ekonomiskt irrationellt, till exempel i samband med förhandlingar, ekonomiska överenskommelser, konsumentval, köp- och säljbeteenden på aktiemarknaden, investeringar och budgivning i auktioner.</p> <p>I kursen ges beteendeeconomiska perspektiv på marknadsföring, ledarskap, organisation och redovisning och visar hur beteendeeconomiska perspektiv är relevanta i företagsekonomiska sammanhang.</p> | | | |
| Undervisning | Föreläsningar och seminarier | | | |
| Förkunskaper | Grundläggande behörighet. | | | |
| Examinationsform | Skriftlig inlämningsuppgift, seminarium | | | |
| Betyg | A, B, C, D, E, Fx, F | | | |
| Övriga föreskrifter | Betyget på kursen bestäms av betyget på den skriftliga inlämningsuppgiften, och ett godkänt deltagande i seminarium. | | | |
| Hållbar utveckling | Kursen har inslag av hållbar utveckling. | | | |
| Moment | 0010 | Skriftlig inlämningsuppgift (lärandemål 1,5-6) | 6,5 hp | Betyg: AF |
| | 0020 | Seminarium (lärandemål 2-4) | 1 hp | Betyg: UG |