

Verhaltensökonomik				
<i>Behavioral Economics</i>				
Modulnummer	Workload	Credits	Häufigkeit des Angebots	Dauer
32911	300 h	10	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen			
	Einheit	Titel		Workload
	1	Modellierung von menschlichem Verhalten – Ökonomische Präferenzen und der Einfluss von psychologischen Erkenntnissen		150 h
	2	Begrenzte Aufmerksamkeit, soziale Präferenzen und Politikimplikationen		100 h
	3	Übungen zu Einheit 2		50 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen			
	Die Studierenden:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Erhalten grundlegendes Fachwissen, welches ihnen ermöglicht, die Triebkräfte, Fallstricke und Grenzen menschlicher Entscheidungsfindung grundlegend zu verstehen. • Erhalten Kenntnisse darüber, wie psychologische Erkenntnisse genutzt werden, um ökonomische Modelle zu verbessern. • Sind in der Lage, dieses verbesserte Verständnis menschlicher Entscheidungsfindung auf neue Entscheidungsprobleme im ökonomischen Kontext anzuwenden. • Sind selbstständig in der Lage, hypothetische Experimente zu formulieren, mit denen Präferenzen gemessen und kognitive Verzerrungen oder inkonsistente Präferenzen nachgewiesen werden können. • Erhalten Kenntnisse darüber, wie begrenzte Aufmerksamkeit Konsumententscheidungen der Individuen, das Marktgleichgewicht und Steuerwirkungen verändern. • Erhalten Kenntnisse darüber, wie soziale Präferenzen die Bereitstellung öffentlicher Güter und die Internalisierung von Umweltexternalitäten verändern. • Erhalten Kenntnisse über die Probleme der Selbstkontrolle bei Internalitäten. • Verstehen wirtschaftspolitische Instrumente, die auf verhaltensökonomischen Einsichten basieren wie Nudges. • Verstehen die Wirkungsweise von Steuern und Nudges, um gesellschaftlich optimale Handlungsempfehlungen bei verhaltensökonomischen Agenten abzuleiten. 			
3	Inhalte			
	<p>In diesem Modul untersuchen wir intensiv die Bedeutung von psychologischen Einflussfaktoren mit dem Ziel, menschliches Verhalten zu besser erklären als dies herkömmliche ökonomische Modelle tun. Konventionelle ökonomische Theorie unterstellt Individuen insbesondere (1) perfekte Rationalität sowie (2) Eigennutz oder strategischen Erwägungen als ausschließliche Gründe des Handelns.</p> <p>Einsichten aus der psychologischen Forschung legen jedoch nahe, dass Menschen insbesondere bei komplexen Entscheidungen kognitiven Verzerrungen unterliegen oder inkonsistente Präferenzen aufweisen, sodass es häufig zu strukturellen Fehlentscheidungen kommt. Diese Diskrepanzen zwischen ökonomischen Modellen und psychologischer Forschung aufzudecken, ist Ziel dieses Moduls.</p> <p>Zu diesem Zweck ist das Modul in drei Teile gegliedert. In der ersten Einheit des Moduls fokussieren wir uns auf Aspekte der individuellen Entscheidungsfindung, wie Präferenzen zum Umgang mit zeitlich verteilten und risikobehafteten Konsequenzen, sowie auf die Verarbeitung Informationen. Wir zeigen anhand von eingängigen Beispielen auf, wie aus beobachteten Entscheidungen Präferenzen abgeleitet werden können, wann Präferenzen inkonsistent sind und wie ökonomische Modelle durch psychologische Forschungsergebnisse verbessert werden.</p>			

In der zweiten Einheit des Moduls widmen wir uns begrenzter Rationalität und sozialen Präferenzen. Fällt es Menschen schwer, die richtigen oder alle relevanten Informationen zu gewinnen, die für eine rationale Entscheidungsfindung wichtig sind, sind sie begrenzt aufmerksam. Wir werden die Auswirkungen der begrenzten Aufmerksamkeit auf die Konsumententscheidungen der Konsumenten, auf die wohlfahrtsökonomischen Eigenschaften des Marktgleichgewichtes und auf Steuerwirkungen herausarbeiten. Zudem untersuchen wir, wie soziale Präferenzen die private Bereitstellung öffentlicher Güter und die Internalisierung von Umweltexternalitäten ändert. Darüber hinaus zeigen wir, wie Internalitäten durch staatliche Politik reguliert werden sollten. Dabei lernen wir nicht nur konventionelle ökonomische Politikinstrumente wie Steuern, sondern ebenfalls verhaltensökonomische Politikinstrumente wie Nudges, und lernen, wie der Staat z.B. Nudges nutzen kann, um im Sinne eines liberalen Paternalismus die Wohlfahrt zu steigern. In vielen Teilen der Vorlesung stellen wir wichtige empirische Studien vor, in denen verhaltensökonomische Modelle die Daten besser klären als konventionelle ökonomische Modelle.

Die dritte Einheit des Moduls enthält Aufgaben zum Üben der Inhalte der zweiten Einheit.

Gliederung des Moduls:

Einheit 1: Modellierung von menschlichem Verhalten – Präferenzen und der Einfluss von psychologischen Erkenntnissen

- a) Einführung
- b) Zeitpräferenzen
- c) Risikopräferenzen
- d) Referenzabhängige Präferenzen
- e) Entscheidungsfindung mit neuen Informationen und begrenzter Aufmerksamkeit

Einheit 2: Unaufmerksamkeit, soziale Präferenzen und Politikimplikationen

- a) Unaufmerksamkeit der Konsumenten, Wettbewerbsgleichgewicht und (In)effizienz
- b) Steuerinzidenz und Salienz
- c) Öffentliche Güter und Altruismus
- d) Umweltexternalität und moralische Konsumenten
- e) Internalitäten
- f) Nudging

Einheit 3: Übungen zu Einheit 2

4 Lehrformen

Fernstudium mit Betreuung, zeitlich und räumlich flexibel, mit folgenden Elementen:

- didaktisch aufbereiteter Studententext mit Übungsaufgaben und Beispielen (gedruckt sowie als pdf-Datei)
- Moodle-Lernumgebung mit zusätzlichen Vorlesungs- und Übungselementen

Das Modul besteht aus 3 Studienbriefen. Die Studienbriefe 1 und 2 beinhalten die Lehrtexte. Der 3. Studienbrief erhält Übungsaufgaben, die zum Üben der Sachverhalte des 2. Studienbriefes dienen. Über das Lehrangebot hinaus werden in den Einheiten zusätzlich in jedem Semester digitale Vorbereitungsveranstaltungen für die Einsendearbeiten und Klausuren angeboten. Alle Studienbriefe werden als schriftliches Studienmaterial präsentiert und sind didaktisch so aufbereitet, dass sie von den Studierenden in freier Zeiteinteilung und bei freier Ortswahl selbständig bearbeitet werden können.

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges
 Inhaltlich: Keine speziellen Voraussetzungen

6	Prüfungsformen Zweistündige Abschlussklausur
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Die Leistungspunkte werden vergeben, wenn die Prüfungsklausur bestanden worden ist. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsklausur ist das Bestehen mindestens einer von zwei Einsendearbeiten.
8	Verwendung des Moduls Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie Akademiestudium
9	Stellenwert der Note für die Endnote Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Matthias Westphal, Univ.-Prof. Dr. Thomas Eichner
11	Sonstige Informationen -