



### PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
IN4627	Toma de Decisiones y Economía Conductual			
Nombre en Inglés				
Behavioral Decision Making and Behavioral Economics				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	10	3.0		7.0
Requisitos			Carácter del Curso	
IN3401			Electivo de la carrera de Ingeniería Civil Industrial	
Resultados de Aprendizaje				
<p>Al término del curso los alumnos cuentan con conocimiento sobre teoría y aplicaciones de cómo distintos agentes (consumidores, managers, e incluso, sus propios pares) toman decisiones y realizan elecciones económicas, desde una perspectiva descriptiva. Los alumnos aprenderán distintas herramientas de las ciencias del comportamiento y de la economía conductual que son principalmente importantes en las decisiones que se toman al interior de organizaciones. El curso utilizará múltiple aplicaciones en los ámbitos del marketing, gestión, finanzas, y políticas públicas.</p>				

Metodología Docente	Evaluación General
<p>El curso se basa en cátedras donde se cubren aspectos teóricos, ejemplos, y discusión de aplicaciones prácticas de los contenidos del curso.</p> <p>Los métodos de enseñanza que se aplicarán en el curso serán:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Clases expositivas y participativas.</li><li>• Proyectos aplicando el contenido del curso.</li><li>• Tareas que refuercen puntos de discusión en clase.</li><li>• Ejercicios en clases.</li></ul> <p>Los alumnos requerirán el uso de herramientas online para realizar simples experimentos (por ejemplo, Qualtrics o Surveymonkey).</p>	<p>El curso se evaluará mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Control (30%)</li><li>• Proyecto final (30%), incluyendo presentación</li><li>• Quizzes (preguntas cortas al comienzo de clases) (15%)</li><li>• Tareas (15%)</li><li>• Participación en clases (10%)</li></ul>



**INGENIERÍA INDUSTRIAL**  
**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**UNIDADES TEMÁTICAS**

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	Introducción a la toma de decisiones y economía conductual	4
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Motivación en la toma de decisiones y economía conductual</li><li>2. Historia</li><li>3. Métodos</li><li>4. Heurísticas y sesgos que afectan la toma de decisiones (representatividad, disponibilidad, anclaje, regresión a la media, ilusión de correlación y causalidad)</li><li>5. Limitantes en la toma de decisiones en la gestión (sesgos de sobre-confianza, retrospcción, desbalance de conocimiento)</li></ol>	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce cómo el área de la economía conductual ha impactado en las ciencias sociales.</li><li>• Entiende las ventajas y desventajas de distintos métodos utilizados en el área de comportamiento, toma de decisiones, y economía conductual, desde experimentos de laboratorio a experimentos de campo.</li><li>• Entiende y aplica las heurísticas y sesgos más comunes en el área de toma de decisiones, y cómo éstas se pueden alejar de las decisiones deseables en distintos ámbitos, tanto personales como organizacionales.</li></ul>	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	Toma de decisiones con certidumbre	3.5
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Costos hundidos en gestión de proyectos. Costos de oportunidad en casos de 'Choice overload'.</li><li>2. Efectos de contexto y preferencias que se revierten</li><li>3. Puntos de referencias y aversión a la pérdida. Aplicaciones es marketing, finanzas, políticas públicas, y otros.</li><li>4. Cuentas mentales</li></ol>	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce conceptos y teorías introductorias a la economía conductual con elecciones bajo certidumbre.</li><li>• Entiende cómo las elecciones de consumo, de inversión, o de gestión de proyectos, pueden ser afectadas por distintos factores, tales como elecciones pasadas, atributos no relevantes, y horizontes arbitrarios de tiempo.</li></ul>	



Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	Toma de decisiones con riesgo y ambigüedad	2.5
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Anomalías en modelos normativos de elección bajo incertidumbre</li><li>2. Percepción riesgo (sesgos hacia probabilidades) y teoría de prospectos. Aplicaciones a las preferencias con riesgo (por ejemplo, en la industria de seguros).</li><li>3. Aversión a la ambigüedad y al riesgo.</li></ol>	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce conceptos y teorías introductorias a la economía conductual con elecciones con riesgo y ambigüedad.</li><li>• Conoce y aplica teoría recientes de cómo las personas toman decisiones sobre resultados con riesgo o incertidumbre, incluyendo cómo las personas evalúan riesgos.</li></ul>	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
4	Toma de decisiones y elecciones temporales	2
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Control y postergación de elecciones.</li><li>2. Sesgo hacia elecciones presentes. Aplicaciones en ahorro y compromiso para comportamiento saludable</li><li>3. Sesgo de proyección.</li></ol>	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conoce conceptos y teorías introductorias a la economía conductual con elecciones en el tiempo.</li><li>• Conoce y aplica teoría recientes de cómo las personas realizan elecciones que tienen efectos en el tiempo.</li></ul>	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
5	Incentivos, preferencias sociales, y el rol de la información	3
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Justicia, egoísmo y altruismo. Aversión a la desigualdad</li><li>2. Fundamentos psicológicos de los incentivos. Efecto de incentivos y</li></ol>	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identifica los distintos tipos de motivación que afectan el éxito que pueden o no tener los</li></ul>	



<p>motivaciones en comportamiento pro-social</p> <p>3. El valor de la información. Exceso vs. escasez de información</p> <p>4. Normas</p> <p>5. Aplicaciones más recientes del área de comportamiento y economía conductual (dependiendo del tiempo)</p>	<p>incentivos económicos en contextos sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entiende los factores que influyen en cómo las personas incorporan información en sus decisiones y elecciones, aun cuando a veces no deberían.</li> <li>• Conoce y aplica los distintos tipos de normas (psicología social), y cómo están afectando el comportamiento, incluso en forma desapercibida.</li> </ul>	
--	--	--

Bibliografía General

**BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA**

Los alumnos leerán una serie de artículos de revistas en cada unidad temática.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

El curso está basado, en varias de sus unidades temáticas, en los siguientes libros:

- Hoyle, R. H., Harris, M. J., & Judd, C. M. (2002). *Research methods in social relations*. Thomson Learning.
- Plous, S. (1993). *The psychology of judgment and decision making*. McGraw-Hill Book Company.
- Bazerman, M. (1998). *Judgment in managerial decision making*. John Wiley & Sons.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.
- Angner, E. (2012). *A course in behavioral economics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Just, D. R. (2013). *Introduction to behavioral economics*. Wiley Global Education.

Vigencia desde:	Otoño 2015
Elaborado por:	Daniel Schwartz Perloth
Aprobado por:	Comisión de Docencia DII