

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"> • Clases expositivas y participativas. • Proyectos aplicando el contenido del curso. • Tareas que refuercen puntos de discusión en clase. • Ejercicios en clases. <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"> • Controles (50%) • Proyecto (20%) • Quizzes (10%) • Tareas (20%)



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	4.5
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Motivación en la toma de decisiones y economía conductual2. Historia3. Métodos4. Heurísticas y sesgos que afectan la toma de decisiones (representatividad, disponibilidad, anclaje, regresión a la media, ilusión de correlación y causalidad)5. Limitantes en la toma de decisiones en la gestión (sesgos de sobre-confianza, retrospección, desbalance de conocimiento)	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conoce cómo el área de la economía conductual ha impactado en las ciencias sociales.• 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.• 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.	

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">1. Costos hundidos en gestión de proyectos. Costos de oportunidad en casos de 'Choice overload'.2. Efectos de contexto y preferencias que se revierten3. Puntos de referencias y aversión a la pérdida. Aplicaciones en marketing, finanzas, políticas públicas, y otros.4. Cuentas mentales	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conoce conceptos y teorías introductorias a la economía conductual con elecciones bajo certidumbre.• 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.	



Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	Toma de decisiones con riesgo y ambigüedad	3
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Anomalías en modelos normativos de elección bajo incertidumbre2. Percepción riesgo (sesgos hacia probabilidades) y teoría de prospectos. Aplicaciones a las preferencias con riesgo (por ejemplo, en la industria de seguros).3. Aversión a la ambigüedad y al riesgo.	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conoce conceptos y teorías introductorias a la economía conductual con elecciones con riesgo y ambigüedad.• Conoce y aplica teoría recientes de cómo las personas toman decisiones sobre resultados con riesgo o incertidumbre, incluyendo cómo las personas evalúan riesgos.	

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">1. Control y postergación de elecciones.2. Sesgo hacia elecciones presentes. Aplicaciones en ahorro y compromiso para comportamiento saludable3. Sesgo de proyección.	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conoce conceptos y teorías introductorias a la economía conductual con elecciones en el tiempo.• Conoce y aplica teoría recientes de cómo las personas realizan elecciones que tienen efectos en el tiempo.	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
5	Incentivos e información en preferencias sociales	2
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none">1. Normas2. Fundamentos psicológicos de los incentivos. Efecto de incentivos y motivaciones en comportamiento pro-	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conoce y aplica los distintos tipos de normas (psicología social), y cómo están afectan el	



<p>social</p> <p>3. Justicia, egoísmo y altruismo. Aversión a la desigualdad</p> <p>4. Aplicaciones más recientes del área de comportamiento y economía conductual (dependiendo del tiempo)</p>	<p>comportamiento, incluso en forma desapercibida.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica los distintos tipos de motivación que afectan el éxito que pueden o no tener los incentivos económicos en contextos sociales. • Entiende los factores que influyen en cómo las personas incorporan el concepto de desigualdad en sus preferencias. 	
---	---	--

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:

- Just, D. R. (2013). *Introduction to behavioral economics*. Wiley Global Education.
- Angner, E. (2012). *A course in behavioral economics*. New York: Palgrave Macmillan.
- 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.

Vigencia desde:	Otoño 2015
Elaborado por:	Daniel Schwartz Perloth
Revisado por:	Dirección de Docencia DII Área de Desarrollo Docente (ADD).