



BEHAVIORAL ECONOMICS

Syllabus

Basic information

Field of study Electives		Didactic cycle 2025/26	
Speciality -		Subject code EKOPSW.S.L8.3714.25	
Organizational unit School of Undergraduate and Graduate Studies		Lecture languages English	
Study level undergraduate studies		Mandatory Elective	
Study form full-time		Block Free choice electives	
Education profile general academic/practical		Department responsible for the subject Department of Consumption Research	
		Subject related to scientific research No	
		Subject shaping practical skills No	
Coordinator	Marta Grybś-Kabocik		
Teacher	Marta Grybś-Kabocik		
Period Semester 4	Form of teaching, number of hours and method of examination • lecture: 14, Credit with grade	Number of ECTS points 3	
Sustainable Development Goals	ethics/ ethical; CSR / Corporate Social Responsibility; ESG / (Environmental, Social, Governance)		

Goals

Code	Goal
C1	Introduction to Fundamentals: To familiarize students with the essence and main theories of behavioral economics as a field aimed at understanding the actual behavior of economic participants.
C2	Cognitive Analysis: To provide knowledge on how humans think and make decisions, specifically explaining the sources of deviations from rationality and offering a critique of the homo oeconomicus (rational man) model.
C3	Behavioral Paradoxes: To acquaint students with paradoxes in economic behavior, with a particular focus on those occurring within financial markets.
C4	Practical Application: To develop the ability to analyze and explain human behavior, as well as to plan and implement behavioral changes using the achievements and tools of behavioral economics

Recommended requirements

microeconomics
marketing

Subject's learning outcomes

Code	Outcomes in terms of	Major learning outcomes for the subject	Examination methods
Knowledge:			
W1	Identifies the origins and main research fields of behavioral economics. Characterizes the principles and limitations of the human psyche as a source of bounded rationality in economic entities. Lists the heuristics used by humans in judgment and decision-making processes. Explains the impact of risk, emotions, and time perception on human economic decisions. Explains Prospect Theory and its implications for understanding human behavior.	DZR.M_W01, DZR.M_W02, DZR.M_W03, DZR.M_W04, DZR.M_W05	Final test (written) - test
Skills:			
U1	Analyze the behavior of market participants from the perspective of behavioral economics and behavioral finance. Design experiments to verify the occurrence of heuristics and biases in consumer decision-making processes. Plan behavioral interventions (nudges) to transform undesirable behaviors, using established behavioral concepts	DZR.M_U01, DZR.M_U04, DZR.M_U08	End-of-course assessment - case study solved in a group
Social competences:			
K1	Identifies personal limitations that hinder personal development by applying behavioral economics concepts. Takes responsibility for preparing and implementing behavioral interventions that support the development of beneficial habits.	DZR.M_K01, DZR.M_K03	End-of-course assessment - case study solved in a group

Study content

No.	Course content	Subject's learning outcomes	Activities
1.	<p>1 Introduction to Behavioral Economics: Genesis and development of the field; relationship with other sciences; main research areas and key representatives.</p> <p>2 Limitations of the Human Psyche: Critique of the homo oeconomicus model; dual-process theory (System 1 vs. System 2); cognitive biases and the principle of cognitive ease.</p> <p>3 Bounded Rationality in Economic Choice: The concept of framing; common heuristics used in decision-making; Prospect Theory and its implications.</p> <p>4 Behavioral Finance: Mental accounting; risk aversion and financial paradoxes; consumer optimism index and its impact on the economy.</p> <p>5 Decision-making Under Uncertainty: Specifics of decisions involving asymmetric information, uncertainty, and risk; paradoxes of intertemporal choice (choice over time).</p> <p>6 Nudging and Behavioral Interventions: Concepts, assumptions, and principles of "nudging"; real-world examples of successful behavioral interventions.</p> <p>7 Experimental Economics & Neuromarketing: Use of experiments in economics; design of experimental research; neuromarketing specifics, tools, and application areas.</p>	W1, U1, K1	lecture

Additional information

Activities	Methods of conducting classes
lecture	Lecture using multimedia techniques, Solving a case study/real problem of an organization

Activities	Examination method	Percentage
lecture	Final test (written) - test	50%
lecture	End-of-course assessment - case study solved in a group	50%

Activities	Credit conditions
lecture	Written Exam (Open-ended questions, single-choice) Group project on nudging

Literature

Obligatory

1. Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux.
2. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021). Nudge: The final edition. Penguin.
3. Cartwright, E. (2024). Behavioral economics. Routledge.

Optional

1. Grybś-Kabocik, M. (2024). Wirtualizacja zachowań konsumentów usług bankowych. Prace Naukowe/Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.
2. Burgiel, A. (2010). Psychologiczne aspekty zachowań podmiotów gospodarczych w warunkach niepewności, X Konferencja Naukowa z cyklu Zarządzanie Wartością Przedsiębiorstw i Instytucji Finansowych pt. „Kierunki odbudowy wartości przedsiębiorstw i systemu finansowego”, Szczecin - Sztokholm
3. Ariely, D. (2008). Predictably Irrational. New York: Harper Collins.

Calculation of ECTS points

Activity form	Activity hours*
lecture	14
Methodology consultations	4
Literature study	20
Preparation of end-of-course assessment - group presentation	20
Analysis of lecture notes	20
Solving tasks and case studies	12
Student workload	Hours 90
Number of ECTS points	ECTS 3

* hour means 45 minutes

Major learning outcomes for the subject

Code	Content
DZR.M_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i treści odbieranych podczas studiów na kierunku Zarządzanie.
DZR.M_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego w zakresie organizacji i zarządzania.
DZR.M_U01	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy z zakresu organizacji i zarządzania oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: - właściwy dobór źródeł danych i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, - przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi z zakresu zarządzania.
DZR.M_U04	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości.
DZR.M_U08	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie wykorzystując zdobytą wiedzę z nauk o zarządzaniu i jakości.
DZR.M_W01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu - wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości oraz z zakresu dyscyplin uzupełniających: ekonomii i finansów, matematyki i informatyki, komunikacji i nowych mediów tworzących podstawy teoretyczne, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej - właściwe dla programu studiów na kierunku Zarządzanie.
DZR.M_W02	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji oraz wynikające z nich koncepcje zarządzania, opisu i tworzenia relacji między kręgami kulturowymi, instytucjami i organizacjami w gospodarce w wymiarze lokalnym, regionalnym i międzynarodowym.
DZR.M_W03	Zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej menedżerów, globalnych liderów biznesu, pracowników organizacji i przedsiębiorców, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.
DZR.M_W04	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju różnych form i rodzajów przedsiębiorczości, np. indywidualnej, organizacyjnej; społecznej, akademickiej, instytucjonalnej, kobiet, migrantów.
DZR.M_W05	Zna i rozumie główne tendencje rozwojowe w zakresie dyscyplin naukowych do których przyporządkowany jest kierunek Zarządzanie: nauk o zarządzaniu i jakości, ekonomii i finansów, matematyki i informatyki, komunikacji i nowych mediów.