

SUMMARY FEB RULES

- STUDENTI NON FREQUENTANTI → Lo status si applica automaticamente a tutti i corsi del semestre;
- STUDENTI FREQUENTANTI
 - → non è consentito loro di rifiutare una parte o la totalità del voto conseguito tramite continuous assessment e di presentarsi ad uno dei due appelli di questa sessione (i.e., dicembre o gennaio) come studente non frequentante;
 - → Qualora non fosse soddisfatto del voto conseguito tramite continuous assessment e volesse sostenere direttamente l'esame da non frequentante, potrà farlo nella prima re-take session disponibile, prevista per il periodo tra maggio e giugno;
 - → Se non si prende parte ad una o più attività del continuous assessment, **dovrà essergli assegnata una valutazione pari a 0** per questa/e attività, il quale farà media sul voto complessivo. Nonostante questa penalizzazione, potrà sostenere l'esame nella sessione regolare (i.e., dicembre o gennaio) esclusivamente da studente frequentante, chiaramente con il rischio di non ottenere un voto finale sufficiente e di doversi quindi presentare alla re-take session come studente non frequentante;
 - → può decidere di "congelare" il voto conseguito tramite continuous assessment e di mantenerlo per sostenere l'esame da frequentante nella prima re-take session disponibile (**a patto che non sostenga l'esame in nessuno dei due appelli regolari**). Questo diritto vale solo per la prima re-take session disponibile, non per le successive (per le quali, dunque, lo studente sarà automaticamente considerato come non frequentante).
 - → Se si rifiuta il voto finale durante uno degli appelli della sessione regolare, lo studente sarà automaticamente considerato come non frequentante per le sessioni successive.
- OGNI STUDENTE (frequentante o non) può sostenere l'esame in **uno solo dei due appelli previsti per la sessione regolare** (i.e., dicembre o gennaio);

FONDAMENTI DI ECONOMIA COMPORTAMENTALE

Week I

Matilde Giaccherini

CHE COS'È L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE?

L'economia comportamentale studia le scelte effettivamente fatte dai decisori economici, con l'obiettivo di valutare i punti di forza e di debolezza del modello di scelta razionale affinché sia più aderente alla realtà.

- Perché facciamo le scelte che facciamo?
- Le persone si comportano come *homo economicus*?
- Se no, come si comportano?
- Quali sono le implicazioni per la teoria economica e le politiche economiche?

Colin Camerer e George Loewenstein (2003): *"Al centro dell'economia comportamentale vi è la convinzione che aumentare il realismo delle basi psicologiche dell'analisi economica migliorerà l'economia nei suoi stessi termini."*

IL MODELLO ECONOMICO STANDARD

Il modello economico standard presume che le persone siano:

- Razionali – non commettono errori sistematici.
- Egoiste – si preoccupano solo di se stesse.

Il consumatore razionale ("*homo economicus*") massimizza la propria utilità.

Siamo sempre in grado di scegliere ciò che è meglio per noi? Ignoriamo l'utilità degli altri? In molte occasioni non siamo coerenti con la definizione standard di razionalità.

I PRINCIPI DI BASE DELL'EC. COMPORTAMENTALE

1. In alcuni casi gli agenti economici si comportano come individui perfettamente razionali.
2. In alcuni casi gli agenti economici sono condizionati da preferenze interdipendenti e da emozioni ma si comportano razionalmente se si tiene conto dell'influenza di questi elementi
3. In alcuni casi gli individui compiono scelte non ottimali per il condizionamento di fattori esterni e per il modo in cui loro li interpretano.
4. Ci sono, infine, alcune situazioni in cui può essere messo in dubbio il comportamento perfettamente razionale degli agenti economici.

COSA NON FA L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE

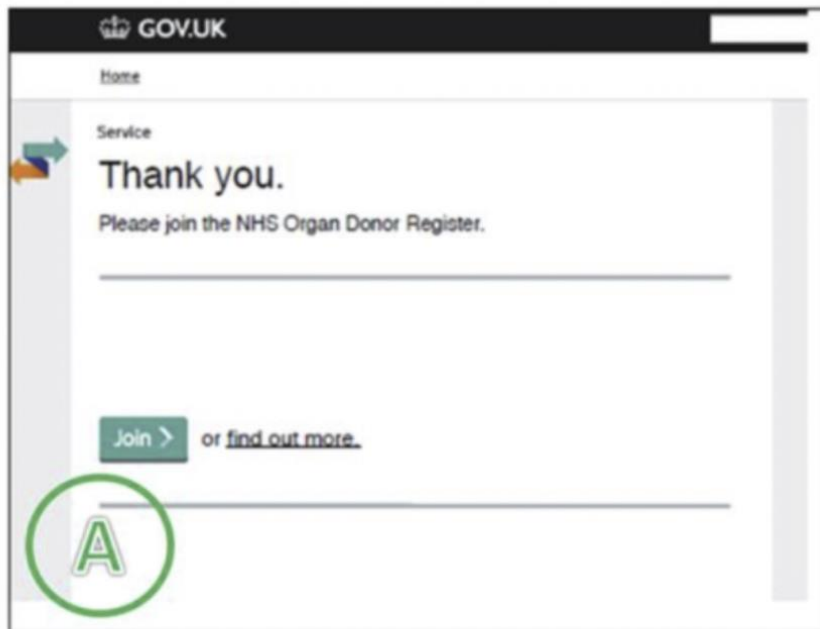
- Non vuole/pretende di sconfessare tutta la teoria economica tradizionale.
- Gli economisti comportamentali, riconoscono la rilevanza dei modelli che presuppongono un agente economico perfettamente razionale; ipotesi che in molti casi è stata il punto di partenza delle loro teorie
- Tentano di adattare tali modelli per tenere conto delle situazioni in cui le influenze esterne e le interazioni tra soggetti sono importanti

PERCHÉ CONOSCERE L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE È ESSENZIALE PER IL MARKETING?

- il marketing consiste nell'individuazione e nel soddisfacimento dei bisogni umani e sociali → **Capire il comportamento**
- Obiettivo principale è convincere i clienti ideali a:
 - Acquistare un prodotto
 - Scegliere la tua azienda rispetto ai concorrenti
 - Cliccare sul tuo annuncio piuttosto che su quello di un concorrente
 - Iscrivere alla newsletter
 - Raccomandare i tuoi servizi o prodotti
 - Partecipare a un corso o webinar
- **Conoscere l'economia comportamentale ti permette di costruire strategie che parlano direttamente ai bisogni e alle motivazioni umane.**

A QUALE PRINCIPIO DI ECONOMIA COMPORTAMENTALE SI RIFERISCE?

Every day Thousands of people who see this page decide to register





“Every day Thousands of people who see this page decide to register”

#1: The power of FREE

#2: Social proof

#3: Scarcity

#5: Partial ownership

#6: Framing

#7: Dominated alternative/Third Decoy

È la tendenza a lasciarsi influenzare dalle scelte degli altri, soprattutto in circostanze ambigue.

Every day Thousands of people who see this page decide to register



Esempio 2

*Press to hear the
motor start*



PRESS TO HEAR THE MOTOR START



TESLA 0 engines | 0 emissions | 100% electric



“Press to hear the motor start”

#1: The power of FREE

#2: Social proof

#3: Scarcity

#4: Loss aversion

#5: Partial ownership

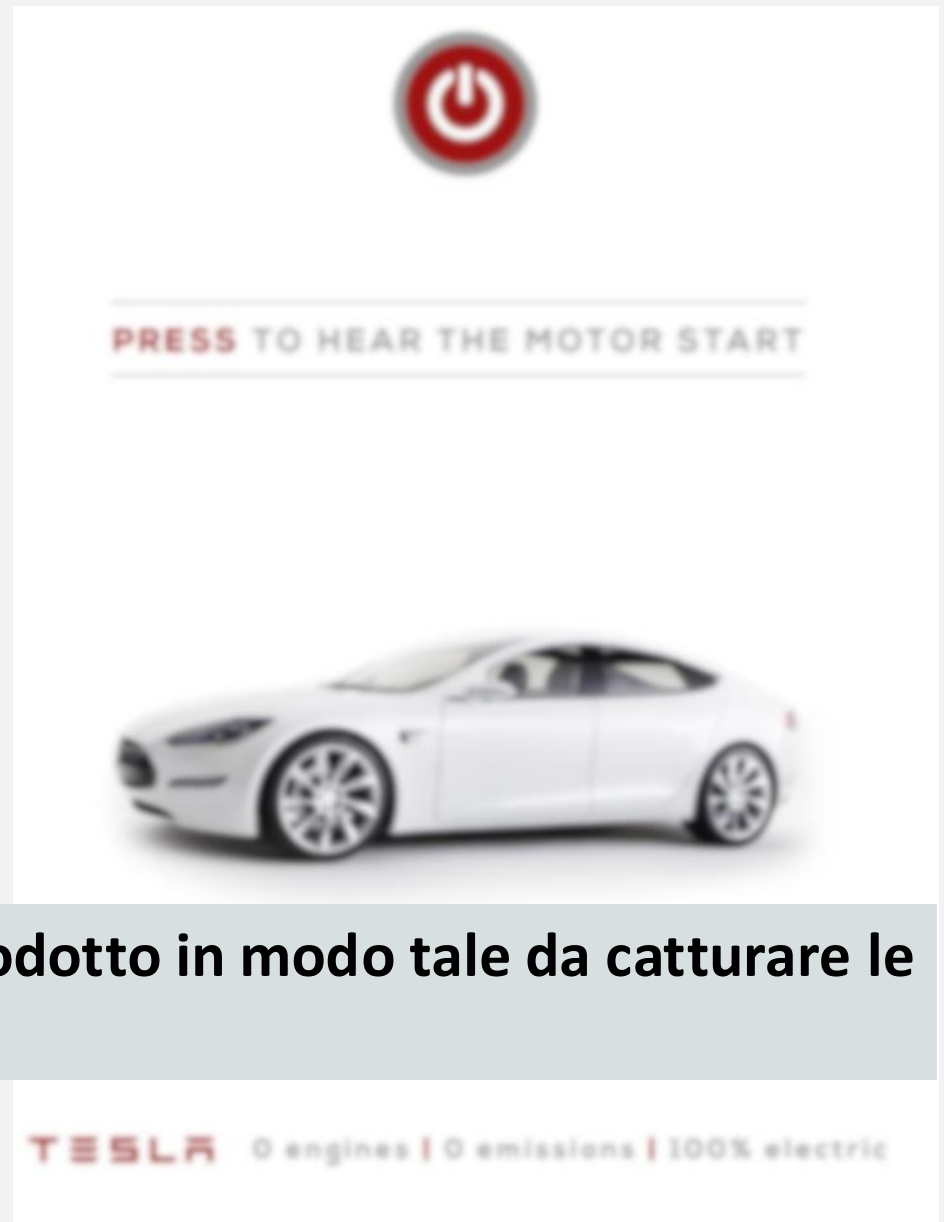
#6: Framing

#7: Dominated alternative/
Third Decoy

#8: The choice paradox

#9: Anchoring

mettere in risalto aspetti del prodotto in modo tale da catturare le emozioni dei consumatori.



Esempio 3

L'offerta termina tra 24:13



Tutte le offerte



Offerte lampo



Offerte inaspettate



Offerte a meno di 20€



Climate Pledge Friendly



Offerte con -25% di sconto o più



Informatica e software



TV, H Cinema

Tutte le offerte
Disponibili
In arrivo
Watchlist

Programmi Prime

- ☒ **prime**
- ☐ Offerte Prime con accesso prioritario
- ☐ Offerte Prime esclusiva

Dipartimenti

[Seleziona tutto](#)



Sconti fino a 170€ In offerta

Scopri i prodotti della settimana Oral-B



Sconti fino a 300€ Termina tra 24:13

Notebook e Desktop Acer



"L'offerta termina tra 24:13"

#1: The power of FREE

#2: Social proof

#3: Scarcity

#4: Loss aversion

#5: Partial ownership

#6: Framing

#7: Dominated alternative/ Third Decoy

#8: The choice paradox

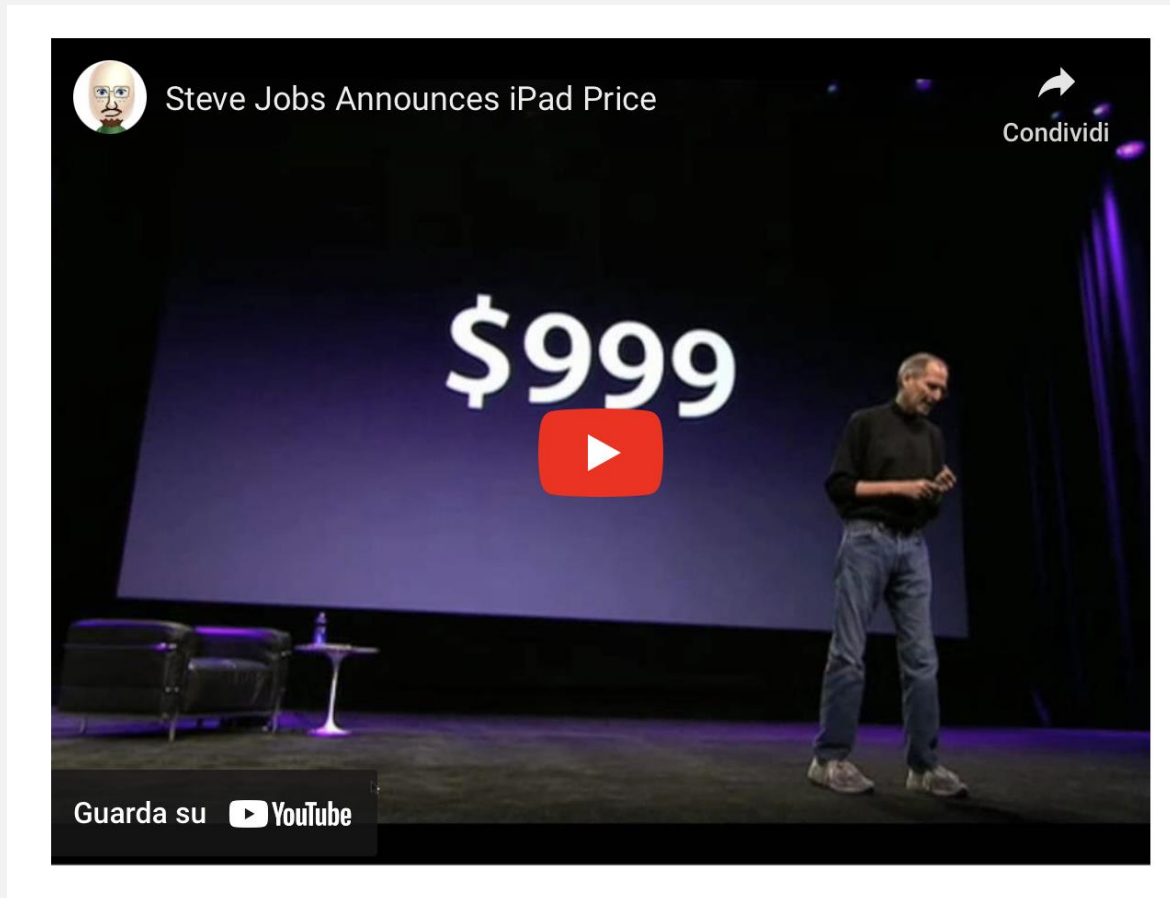
#9: Anchoring

incoraggia i consumatori a prendere una decisione d'acquisto rapidamente per evitare di "perdere l'occasione"



Esempio 4

Nel 2010, quando Steve Jobs presentò il primo iPad, circolavano voci sul suo possibile prezzo. Molti media ipotizzavano che sarebbe costato 999 dollari o che potesse arrivare a 1.000 dollari o più. Tuttavia, quando Jobs rivelò finalmente il prezzo sul palco, annunciò che era solo di 499 dollari.





*Il primo Ipad invece di 999\$
come ipotizzavano i media,
costava solo 499.*

#1: The power of FREE

#2: Social proof

#3: Scarcity

#4: Loss aversion

#5: Partial ownership

#6: Framing

#7: Dominated alternative/ Third Decoy

#8: The choice paradox

#9: Anchoring

Il bias di ancoraggio è la tendenza umana a dare maggiore importanza alla prima informazione ricevuta rispetto a tutto ciò che segue.



Which iPhone is right for you?



New

iPhone 14 Pro

The ultimate iPhone.

From \$999

Buy

[Learn more >](#)

6.7" or 6.1"

Super Retina XDR display³



New

iPhone 14

A total powerhouse.

From \$799*

Buy

[Learn more >](#)

6.7" or 6.1"

Super Retina XDR display³



iPhone 13

As amazing as ever.

From \$599*

Buy

[Learn more >](#)

6.1" or 5.4"

Super Retina XDR display³



iPhone SE

Serious power. Serious value.

From \$429

Buy

[Learn more >](#)

4.7"

Retina HD display

Posizionare la più cara
per prima

UN PO' DI STORIA

- L'economia comportamentale è emersa naturalmente con la teoria dei giochi negli anni '50 e '60. Studiosi come Vernon Smith, Kahneman e Selten ne hanno dimostrato il potere.
- A partire dagli anni '80, l'economia comportamentale è diventata l'area di crescita più rapida dell'economia. In parte a causa dell'insoddisfazione verso il "modello standard", in parte per via del gran numero di talenti che hanno lavorato in questo campo.
- Tuttavia, è importante notare che l'economia comportamentale non è una novità. Storicamente, economisti come Adam Smith (*Theory of Moral Sentiments*), Keynes e Marshall hanno discusso molto delle tendenze comportamentali.

HOMO-ECONOMICUS

- Alla fine del XX secolo, Vilfredo Pareto separò l'economia dalla psicologia, spostando l'attenzione dalla ricerca di piacere e dalla fuga dal dolore alla scelta razionale.
- Per distinguere l'economia dalle altre discipline, Pareto si concentrò sulle "azioni logiche". Sebbene riconoscesse i limiti dell'approccio basato sulla scelta razionale, queste considerazioni furono presto dimenticate.
- Nel XXI secolo, l'economia è stata sempre più dominata da modelli di scelta razionale. Gli economisti arrivarono a credere che il modello di scelta razionale fosse più di un semplice punto di partenza teorico, considerandolo una base fondante dell'analisi economica.

IL VALORE DELL'ECONOMIA COMPORTAMENTALE

Gli economisti comportamentali hanno dimostrato che, in alcune circostanze, il modello di scelta razionale prevede il comportamento umano in modo meno preciso. Queste dimostrazioni indicano agli economisti le aree in cui il modello di scelta razionale necessita di miglioramenti. L'economia comportamentale arricchisce il modello economico standard introducendo una maggiore aderenza alla realtà del comportamento umano, in particolare integrando aspetti come:

- la razionalità limitata,
- i bias nell'interpretazione delle informazioni,
- le preferenze interdipendenti,
- le emozioni,
- l'apprendimento [...]

LA RAZIONALITÀ LIMITATA

Herbert Simon mise in dubbio l'utilità dei modelli di razionalità affermando che "non esiste alcuna prova che, nelle reali situazioni di scelta umana complesse, questi calcoli possano essere eseguiti o lo siano effettivamente."

Propose quindi di sviluppare modelli di scelta che tenessero conto delle limitate capacità computazionali degli esseri umani. Ipotizzando che gli agenti economici cerchino di raggiungere una situazione soddisfacente dato che è molto difficile raggiungere l'ottimo assoluto. Nelle loro scelte, gli agenti economici sono condizionati da:

- possibilità di considerare solo alcune tra tutte le alternative possibili;
- impossibilità di conoscere tutte le conseguenze di una scelta

Nonostante abbia vinto il Premio Nobel per l'Economia nel 1978, la critica di Simon fu in gran parte ignorata.

COGNITIVE BIAS

Kahneman e Tversky hanno fornito prove schiaccianti che le assunzioni del modello economico standard sono errate.

- Bias cognitivi – le persone commettono errori sistematici
- Il framing è importante – la scelta dipende dal contesto
- I risultati vengono giudicati rispetto a un punto di riferimento

Daniel Kahneman ha vinto il Premio Nobel per l'Economia nel 2002.

Ma dov'è la prova che i modelli di scelta razionale falliscono in termini di previsione?

FUNZIONAMENTO DEI MERCATI

- In una serie pionieristica di esperimenti, iniziata negli anni '50, Vernon Smith ha studiato i mercati in laboratorio sperimentale.
- Ha scoperto che i mercati funzionano! Le previsioni del modello economico standard si sono rivelate corrette.
- Vernon Smith ha vinto il Premio Nobel per l'Economia nel 2002 insieme a Kahneman.

POLICY

Negli ultimi anni, l'economia comportamentale ha offerto speranza ai decisori politici frustrati dai fallimenti del modello economico standard:

- Spinta gentile (*nudge*) e cambiamento comportamentale
- Spiriti animali e instabilità macroeconomica
- Interventi basati su evidenze nei paesi in via di sviluppo
- Soluzioni ai problemi di coordinazione e dilemmi sociali come la tragedia dei beni comuni

METODOLOGIA

- Esperimenti
 - Di laboratorio
 - Sul campo
 - Neuroscienza
- Teoria
 - Teoria dei giochi
 - Teoria delle decisioni
 - Teoria evolutiva (evolutionary theory)
- Simulazioni
 - Modelli basati sugli agenti economici

GLI ESPERIMENTI

Testare una teoria o confrontare diverse teorie in condizioni controllate o misurate, vista l'indisponibilità di dati reali.

- Esplorare le ragioni per cui una teoria potrebbe non funzionare nella pratica, identificando le sue debolezze.

Esperimenti di laboratorio: sono quelli che impiegano un campione standard di studenti, un contesto astratto e un insieme di regole imposto.

Esperimenti sul campo (Harrison & List, 2004):

- **Esperimenti sul campo artefatti:** sono simili agli esperimenti di laboratorio convenzionali, ma con un campione di soggetti non standard.
- **Esperimenti sul campo inquadrati:** sono simili agli esperimenti sul campo artefatti, ma con un contesto reale, sia per la merce, il compito o il set di informazioni che i soggetti possono utilizzare.
- **Esperimenti sul campo naturali:** sono simili agli esperimenti sul campo inquadrati, ma l'ambiente è quello in cui i soggetti svolgono naturalmente quei compiti e non fanno di essere parte di un esperimento.

DISEGNO SPERIMENTALE

È progettato per testare ipotesi specifiche o un insieme di ipotesi.

- Trattamenti diversi confrontati con un gruppo di controllo.
- Partecipanti: studenti universitari/professionisti/individui nel loro contesto naturale.
- Controllo diretto, randomizzazione o abbinamento.
- **Disegno *within* soggetti**: i partecipanti prendono decisioni in tutti i trattamenti.
- **Disegno *between* soggetti**: partecipanti diversi prendono decisioni in ciascun trattamento.
- Randomizzazione
- Replicabilità

LAB EXPERIMENT

- **Esperimenti con decisione individuale:** → Metodi per misurare gli atteggiamenti individuali verso il rischio.
- **Esperimenti di gioco:**
 - Giochi di cooperazione come il **Dilemma del prigioniero** o i Giochi del bene pubblico → Metodi per misurare cooperazione e altruismo.
 - **Dictator Game, Ultimatum Game**, giochi di coordinazione → Metodi per misurare la negoziazione se e in che misura i giocatori nei giochi sperimentali si comportano secondo le previsioni della teoria dei giochi convenzionale.
- **Esperimenti di mercato:** esperimenti orientati alle politiche che esplorano se e come i mercati sperimentali raggiungono l'equilibrio.
- **Comportamento gregario sperimentale:** analisi del comportamento gregario in laboratorio.
- **Neuro-economia:** basi neurobiologiche del comportamento umano, basate su esperimenti di laboratorio.

TEORIA DEI GIOCHI

- La teoria dei giochi considera le situazioni in cui due o più soggetti interagiscono, secondo una serie di regole, per ottenere il massimo payoff (risultato).
- Il payoff di un soggetto dipende normalmente dal proprio comportamento ed anche da quello degli altri partecipanti al gioco. Risultano quindi fondamentali le interazioni e la scelta di una strategia ottimale che tenga conto delle strategie degli altri.
- I giochi possono essere competitivi o cooperativi, deterministici o probabilistici; ad informazione completa o incompleta.

TEORIA DELLE DECISIONI

- Si distingue tra decisioni ponderate e scelte automatiche.
- Ci sono decisioni deterministiche, in situazioni di rischio ed in situazioni di incertezza.
- Ci sono decisioni a scelta unica e decisioni più complesse che ipotizzano una serie di scelte collegate tra di loro.
- L'appropriatezza delle decisioni si può misurare tramite il valore atteso (espresso in termini monetari) o l'utilità attesa (in termini di soddisfazione o benessere ma che deve, comunque, essere misurabile da un punto di vista quantitativo).

LA TEORIA EVOLUTIVA

- La teoria evolutiva presuppone lo sviluppo dinamico della conoscenza che si arricchisce sulla base dell'esperienza degli individui e sulla base dei nuovi elementi economici e sociali che si sviluppano nel corso del tempo.
- La conseguenza principale della teoria evolutiva riguarda l'impossibilità di arrivare ad una situazione di equilibrio economico stabile. L'equilibrio rappresenta, al contrario, il punto di partenza per lo sviluppo e per il tentativo di apportare miglioramenti.

DILEMMA DEL PRIGIONIERO

		Giocatore 2	
giocatore 1		Non confessa	confessa
	Non confessa	-1,-1	-15,0
	confessa	0,-15	-5,-5

EQUILIBRIO DI NASH

- L'equilibrio di Nash è il modo più comune per definire la **soluzione** di un **gioco non cooperativo** che coinvolge due o più giocatori.
- In un equilibrio di Nash, si presume che ciascun giocatore conosca le strategie di equilibrio degli altri giocatori, e nessuno ha nulla da guadagnare cambiando solo la propria strategia.
- Se non fosse così, ci si potrebbe aspettare che qualcuno cambi la strategia per aumentare il proprio guadagno. L'equilibrio di Nash richiede quindi che:

$$u_i(s_i, s_{-i}) \geq u_i(s, s_{-i})$$

- per ogni persona i , dove s_i è la strategia che sceglie e s è un'altra strategia che potrebbe aver scelto.

EFFICIENZA PARETO

- Un risultato è Pareto efficiente se nessuno può migliorare la propria situazione senza peggiorare quella di qualcun altro (formalizzando qualcosa di desiderabile rispetto a qualcosa di non desiderabile).

		Giocatore 2	
giocatore 1		Non confessa	confessa
	Non confessa	-1,-1	-15,0
	confessa	0,-15	-5,-5