

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 2 שנה 2024

בית ספר: בית ספר אריסון למנהל עסקים תואר שני M.A. בהתנהגות ופיתוח אר

כלכלה התנהגותית בשדה הארגוני

מרצים/ות:

פרופ' גיא הוכמן ghochman@runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:

מר אילן סימן-טוב ilan.simantov@post.runi.ac.il

מספר הקורס:	4909	סוג הקורס:	בחירה	שעות שבועיות:	2	נקודות זכות:	2
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	242490900	שפת לימוד:	עברית		

נושאי הקורס



1. החלטות תחת סיכון - תורת הערך
 2. החלטות תחת אי ודאות - היורסטיקות והטיות
 3. שוק כלכלי ושוק חברתי
 4. הגורמים המשפיעים על החלטות ארגוניות
 5. הפסיכולוגיה של הכסף
 6. מוטיבציה
 7. התנהגות מוסרית
 8. קבלת החלטות בקבוצה
 9. שינוי התנהגותי
-

מטרות הקורס

כלכלה התנהגותית עוסקת בגורמים הפסיכולוגיים המשפיעים על האופן שבו אנשים וארגונים מקבלים החלטות כלכליות וניהוליות. החלטות אלה יכולות להיות שגרתיות ויומיומיות, כמו באיזו דרך לבחור לנסוע לעבודה, או משמעותיות יותר, כמו האם להשקיע תקציב גדול במוצר חדש. בכל מקרה, החלטות אלה משחקות תפקיד חשוב בשרידות ובהצלחה של ארגונים. המחקר בתחום הכלכלה ההתנהגותית התפתח מאוד ב-50 השנים האחרונות, וסיפק תובנות רבות לגבי הכוחות אשר משפיעים על ההחלטות האישיות והעסקיות של בניה אדם. הקורס הנוכחי מתמקד בהיבטים ההתנהגותיים והפסיכולוגיים של קבלת החלטות וניהוליות. בין היתר, הקורס יכסה נושאים כגון מודלים נורמטיביים לקבלת החלטות, היוריסטיקות והטיות, תפיסת סיכון, קבלת החלטות תחת סיכון ואי-ודאות, התנהגות פרו-חברתית ומוטיבציה. במהלך השיעורים נבחן איך אנשים מקבלים החלטות, מדוע הן מובילות להטיות מערכתיות, ואיך הן מיושמות בהתנהגות ארגונית וצרכנית.

מטרות הקורס

1. הבנת הכוחות אשר משפיעים על האופן שבו אנשים מקבלים החלטות.
2. רכישת ידע ותובנות בנושאי הכלכלה ההתנהגותית.
3. הבנת עקרונות לייעוץ בקבלת החלטות.
4. הקניית כלים פרקטיים והתערבויות התנהגותיות שנועדו לסייע לאנשים לקבל החלטות טובות יותר.
5. יישום עקרונות הכלכלה ההתנהגותית בעולם הארגוני

השיטה

קורס בן 11 מפגשים, הכולל שילוב בין למידה אקדמית ומעשית וכן דיונים בכיתה.

מבנה ציון הקורס

- הנוכחות אינה חובה, אך היא מומלצת ביותר.
 - **נוכחות בזום בקורס, ככל שיעשה שימוש במסגרת זו:**
 - הגעה בזמן;
 - **מצלמה פתוחה. נוכחות במפגש זום נחשבת רק כשהמצלמה פתוחה;**
 - לבוש הולם;
 - התחברות מתוך מחשב (לא טלפון נייד);
 - התחברות ממקום שקט בו ניתן לקיים למידה והשתתפות פעילה;
2. **השתתפות פעילה**
- הדיונים בקורס הם חלק חיוני והחרכי בהטמעת החומר והיישום שלו. בכדי שיווצרו דיונים משמעותיים, נדרשת פתיחות ללמידה ונכונות לקיים דיון והתנסות, הכוללת גם:
- תרומה לדיונים על ידי שיתוף בידע ובתובנות.
 - כבוד לכל אחת ואחד מהמשתתפים/ות ולכלל הדעות.
 - איתגור (המרצה והחומר) והעלאת שאלות. במהלך הקורס, נדבר

על דברים יומיומיים. חשוב לשתף בניסיון ובדעה שלכם, להעלות שאלות, ולא לקבל שום דבר כמובן מאילו.

3. **קריאת חומר** ביבליוגרפי. יש לעקוב אחר חומר, הודעות ומטלות שיתפרסמו באתר הקורס.

4. **בסיום כל שיעור, תקבלו שיעורי בית. הגשת השיעורים תעשה במייל למרצה ולעוזר ההוראה. אין חובה לענות על שיעורי הבית, ולא מקבלים עליהם ציון. אבל זו הזדמנות ליישם את החומר הנלמד ולקבל משוב על מידת ההבנה שלכם מהמרצה בכל שבוע.**

5. **הגשת מטלת סיום.** מטלת הסיום היא כתיבה של שאלות רב ברירתיות ושאלות נכון/לא נכון על חורמי הקורס (מעין הכנה של מבחן לקורס):

◦ **10 שאלות רב ברירה, הכוללת 4 מסיחים** [70% - 7 נקודות לכל שאלה]. יש לסמן את המסיח הנכון בכל שאלה.

◦ **6 שאלות נכון/לא נכון.** [60% - 5 נקודות לכל שאלה]. יש לסמן את התשובה הנכונה ולהסביר בקצרה מדוע זה נכון או לא נכון.

פירוט לגבי הדרישות המלאות של המטלה יופיע במודל, לקראת אמצע הסמסטר. ההסבר כולל גם שאלות לדוגמא (שאלות טובות ולא טובות) וכן עקרונות לכתיבה טובה של שאלות, כמו גם הסבר מפורט של הדרישות והקריטריונים לציון.

עם זאת, המטרה של המטלה היא לבחון את מידת ההבנה שלכם ואת יכולת היישום שלכם את החומר הנלמד לסיטואציות יום יומיות בספירה הארגונית. לכן, השאלות אמורות לבחון (ולהדגים) חשיבה ברמה גבוהה והבנה של החומר (ולא זיכרון). השאלות צריכות להיות מאתגרות, אבל לא קשות מידי. הקריטריונים העיקריים לציון יהיו מידת היצירתיות ויישום החומר בעולם האמיתי, רמת הקושי, רמת הכתיבה, ומידת הגיוון בנושאים.

שעות קבלת מרצה 

בקמפוס או בזום, בתיאום מראש

רשימת קריאה 

1. Hochman, G., and Ariely, D. (2015). Behavioral Economics. In Scott, R. A., & Kosslyn, S. M. (Eds.), *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Wiley Inc.
2. Tversky, A., & Kahneman, D. (1988). Rational Choice and the Framing of Decisions. *Journal of Business*, 59, S251-S278.
3. Hossain, T., and List, J. A. (2012). The behavioralist visits the factory: Increasing productivity using simple framing manipulations. *Management Science*, 58, 2151-
4. Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.
5. Ruffle, B. J., & Shtudiner, Z. (2014). Are good-looking people more

- employable? *Management Science*, 61, 1760-1776.
6. Ariely, D. (2000). Predictably irrational – The hidden forces that shape our decisions, Chapter 4 – The cost of social norms. HarperCollines Publishers.
 7. Gneezy, U., & Rustichini, A. (2000). A fine is a price. *Journal of Legal Studies*, 29, 1-17.
 8. Levin, I. P., Schreiber, J., Gaeth, G.J., & Lauriola, M. (2002). A tale of two pizzas: building up from a basic product versus scaling down from a fully loaded product. *Marketing Letters*, 13, 335-344.
 9. Maaravi, Y., Idan, O., & Hochman, G. (2019). And Sympathy is what we need, my friend – Polite requests improve negotiation results. *PLOS One*, 14(3): e0212306
 10. Heath, C., & Soll, J. B. (1996). Mental budgeting and consumer decisions. *Journal of Consumer Research*, 23, 40-52.
 11. Hochman, G., Ayal, S., & Ariely, D. (2014). Keeping Your Gains Close but Your Money Closer: The Effect of Prepayment on Choice and Performance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 107, 582-594.
 12. Locke, E. A., & Latham, G. P. (2015). Breaking the rules: A historical overview of goal-setting theory. *Advances in Motivation Science*, 2, 99-126.
 13. Bareket-Bojmel, L., Hochman, G. & Ariely, D. (2017). It's (not) all about the Jacks: Testing different types of short-term bonuses in the field. *Journal of Management*, 43, 534-554.
 14. Erat, S., & Gneezy, U. (2012). White lies. *Management Science*, 58, 723-733.
 15. Hochman, G., Peleg, D., Ariely, D., & Ayal, S. (2021). Pinocchio meets Robin Hood: Justifications increase cheating behavior while decrease the probability of being detected. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 92, 101699.
 16. See, K. E., Morrison, E. W., Rothman, N. B., & Soll, J. B. (2011). The detrimental effects of power on confidence, advice taking, and accuracy. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 116, 272-285.
 17. Venkataramani, V. & Tang, C. (2023). When Does External Knowledge Benefit Team Creativity? The Role of Internal Team Network Structure and Task Complexity. *Organization Science*
 18. Sunstein, C. R. (2014). Nudging: A very short guide. *Journal of Consumer Policy*, 37, 583-588.

**הערות וביבליוגרפיה
נדרשת לקריאה**

שבוע	תאריך	נושא המפגש	הערות וביבליוגרפיה נדרשת לקריאה
.1	25.3.2024	מבוא לכלכלה התנהגותית	1
	1.4.2024	החלטות תחת סיכון – תורת הערך	2-3

			.2
4-5	החלטות תחת אי ודאות – הירסטיקות והטיות	8.4.2024	.3
6-7	שוק כלכלי ושוק חברתי	15.4.2024	.4
		22.4.2024	
	אין שיעורים. חופשת פסח		
		29.4.2024	
8-9	הגורמים המשפיעים על החלטות ארגוניות	6.5.2024	.5
	אין שיעור. יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל	13.5.2024	
10-11	הפסיכולוגיה של הכסף	20.5.2024	.6
12-13	מוטיבציה	27.5.2024	.7
14-15	התנהגות מוסרית	3.6.2024	.8
16-17	קבלת החלטות בקבוצה	10.6.2024	.9
18	שינוי התנהגותי	17.6.2024	.10
	שינוי התנהגותי (המשך) וסיכום (שיעור השלמה)	TBA	.11