

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

תואר שני

1231.3670 – תובנות עסקיות מכלכלה התנהגותית – עיצוב ניסוי וביקורת

Using Behavioral Economics to Gain Business Insights – Experimental
Design and Critique

דרישות קדם: כלכלת עסקים 1231.2210, מודלים סטטיסטיים ואנליטיים לניהול 1231.2211
או תאוריה מיקרו כלכלית ואקונומטריקה א' בביה"ס לכלכלה

*לא ניתן להשתתף בקורס אם השתתפתם בקורס Using Behavioral Economics to Gain Business Insights

סמסטר ב' (מחצית שנייה) – תשפ"ג

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	מטלת סיום	שעה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
02	ד'	עבודה	15:45-18:30	פרופ' אילה ארד	aradayal@tauex.tau.ac.il	03-6407158

שעת קבלה (משרד 413): בתיאום מראש

היקף הלימודים

היקף: 1 י"ס לקורס
ECTS = 4 י"ס – ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System), ערך הניקוד של הקורס
במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

מטרת הקורס היא לחשוף את הסטודנטים למחקר ניסויי בתחום הכלכלה ההתנהגותית, יחד עם פיתוח חשיבה ביקורתית בנוגע למחקר מסוג זה. במהלך הקורס נדון בחזית המחקר בתחום, נלמד עקרונות מרכזיים בעיצוב ניסוי ובהסקה על סמך תוצאות הניסוי ונשתמש בתובנות המחקר לפתרון בעיות ניהוליות. נתמקד בשלושה נושאים מחקרניים מהבולטים בתחום בעשור האחרון: איך נראית חשיבה אסטרטגית בסביבה תחרותית? כיצד ניתן לתמרץ ולהוביל להתנהגות רצויה? ומהי השפעת סביבת ההחלטה על הבחירות שאנחנו מבצעים?

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכלו הסטודנטים:

1. להכיר נושאים "חמים" בתחום הכלכלה ההתנהגותית.
2. לבחון בצורה ביקורתית מחקרים ניסויים.
3. לעצב ניסוי שיבחן התערבות לשינוי התנהגות או שאלת מחקר אחרת בתחום.
4. להבין את המגבלות בהכללת מסקנות מניסוי מעבדה לעולם האמיתי.
5. להשתמש בתובנות מחקרים התנהגותיים לצורך חשיבה על סוגיות ניהוליות כגון תמרוץ והנעת העובדים בארגון, תכנון תפריט האפשרויות המוצג ללקוח וגיבוש אסטרטגית פיתוח בתחרות.

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	הערות
40%	הצגה ביקורתית של מאמר אקדמי בכיתה	יקבע בתחילת הקורס	לכל סטודנט יוקצה מאמר ויוגדר משך זמן ההצגה
60%	עיצוב ניסוי והצגתו בכיתה		כל סטודנט יבחר שאלת מחקר בנושא שיוגדר מראש, יסקור את הספרות, יבהיר את המוטיבציה ועצב ניסוי שיבחן את השאלה

* הציונים לכל המשימות ינתנו רק בסוף הקורס

* ישנה חובת נוכחות במפגשים בקורס

פירוט המטלות בקורס

כדי לסיים את הקורס בהצלחה, יש לבצע את שתי המטלות הבאות:

מטלה 1 (הצגת מאמר) - סטודנטים יציגו מאמרים מחקריים שיוקצו להם מרשימת הקריאה. פורמט ההצגה:

- א. תיאור שאלת המחקר.
 - ב. תיאור ספרות רלוונטית ומיצוב המחקר בתוך ספרות זו.
 - ג. תיאור הניסוי.
 - ד. תיאור כלי המדידה בהם השתמשו החוקרים.
 - ה. תיאור תוצאות המחקר.
 - ו. רעיונות ליישום תובנות המחקר בסוגיות ניהוליות.
 - ז. גישה ביקורתית כלפי המאמר.
- נקדיש 20-30 דקות לכל הצגה (תלוי במספר הסטודנטים בקורס), לא כולל שאלות מהקהל.

מטלה 2 (עיצוב ניסוי והצגתו) - הסטודנטים יעצבו ניסוי ויציגו אותו במפגש בכיתה. ההצגה תכלול:

- א. הקדמה קצרה: נושא המחקר, מטרת המחקר, חשיבות המחקר וסקירת ספרות.
 - ב. תיאור מערך המחקר: פירוט כל שלבי הניסוי, דיון בנושאים כגון דגימה, התגברות על הטיות שונות, הקצאה אקראית ומדידה של משתנים תלויים ובלתי תלויים. זהו החלק המרכזי של ההצגה.
 - ג. תוכנית ניתוח תמציתית: כיצד תבחנו את ההשערות שלכם, אילו ניתוחים סטטיסטיים תבצעו ואיזה סוג מסקנות ניתן יהיה להסיק.
- נקדיש 30-50 דקות לכל הצגה (תלוי במספר הסטודנטים בקורס), לא כולל שאלות מהקהל.

שימו לב: בשתי המטלות חלק מהציון ינתן על מקוריות.

מדיניות שמירה על טווח ציונים

החל משנה"ל תשס"ט מונהגת בפקולטה מדיניות שמירה על טווח ציונים בקורסי התואר השני. עקרונות השיטה חלים על כל קורסי התואר השני, ומדיניות השמירה על טווח הציונים תיושם לגבי הציון הסופי בקורס זה. בהתאם לכך, ממוצע הציונים בקורס יהיה בטווח בין 83 ל-87.

מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה.

<https://coller.tau.ac.il/MBA-students/programs/2020-21/MBA/regulations/exams>

הערכת הקורס על ידי הסטודנטים

בסימום של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

אתר הקורס

אתר הקורס ב-Moodle יהיה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר (לצורך תיאום ענייני הבחינה למשל). מצגות הקורס יהיו באתר הקורס במודל.

לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים במצגות או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

שיעור	תאריך	נושאים	קריאת חובה	הערות
1	3.5.23	הקדמה ודיון במתודולוגיה ניסויית		
2				
3	10.5.23	השפעת קבוצת אפשרויות הבחירה	לכל סטודנט יוקצה מאמר בתחילת הקורס	חלק מהשיעור יוקדש להצגה ביקורתית של מאמרים אקדמיים על ידי סטודנטים
4				
5	17.5.23	כיצד פועלים תמריצים כספיים		חלק מהשיעור יוקדש להצגה ביקורתית של מאמרים אקדמיים על ידי סטודנטים
6				
7	24.5.23	התערבויות רכות לשינוי התנהגות		חלק מהשיעור יוקדש להצגה ביקורתית של מאמרים אקדמיים על ידי סטודנטים
8				
9	31.5.23	חשיבה אסטרטגית בסביבה תחרותית		חלק מהשיעור יוקדש להצגה ביקורתית של מאמרים אקדמיים על ידי סטודנטים
10				
11	7.6.23	עיצוב ניסוי וביקורת	יקבע בהתאם לשאלת המחקר של כל סטודנט	כל סטודנט יציג שאלת מחקר וניסוי שעוצב לצורך בחינתה. המשתתפים בקורס יתנו משוב למציגים.
12				
13	14.6.23	עיצוב ניסוי וביקורת		
14				

*התכנית עשויה להשתנות בהתאם לקצב ההתקדמות.

רשימת הקריאה להלן מחולקת לארבע על פי הנושאים בהם מתמקד הקורס. תתבקשו לאתר מאמרים נוספים בהתאם לשאלת המחקר שבה תתמקדו במטלה 2.

מתודולוגיה ניסויית ותוקף תוצאות ניסויית

Camerer, C. F. 2011. The Promise and Success of Lab-Field Generalizability in Experimental Economics: A Critical Reply to Levitt and List. *Handbook of experimental economic methodology*. New York, N.Y., Oxford University Press, 2015.

Camerer, C. F., and Hogarth, R. M. 1999. The Effects of Financial Incentives in Experiments: A Review and Capital-Labor-Production Framework. *Journal of Risk and Uncertainty*, 19, 7–42.

Charness, G., Gneezy, U., and Kuhn, M. A. 2012. Experimental methods: Between-subject and within-subject design. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 81(1), 1–8.

Kessler, J. B., and Vesterlund, L. 2015. The External Validity of Laboratory Experiments: Qualitative Rather Than Quantitative Effects. *Handbook of Experimental Economic Methodology*. New York, N.Y., Oxford University Press, 2015.

Levitt, S. D., and List, J. A. 2007. What Do Laboratory Experiments Measuring Social Preferences Reveal About the Real World? *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 153-174.

Read, D. 2005. Monetary incentives, what are they good for? *Journal of Economic Methodology*, 12(2), 265-276.

Volinsky, A. and Azar, O. H. 2021. Incentives in experimental economics. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 93.

חשיבה אסטרטגית בסביבה תחרותית

Alaoui, L. and Penta, A. 2016. Endogenous Depth of Reasoning. *Review of Economic Studies*, 83 (4), 1297-1333.

Arad, A. and Rubinstein, A. 2012. The 11-20 Money Request Game: A Level-k Reasoning Study. *American Economic Review*, 102(7), 3561-3573.

Arad, A. and Rubinstein, A. 2012. Multi-Dimensional Iterative Reasoning in Action: The Case of the Colonel Blotto Game. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 84(2), 571-585.

Avoyan, Ala & Schotter, Andrew, 2020. Attention in games: An experimental study. *European Economic Review*, 124(C).

Costa-Gomes, M. Crawford V., and Broseta, B. 2001. Cognition and behavior in normal-form games: an experimental study. *Econometrica*, 69, 1193-1235.

Crawford, V., Costa-Gomes, M. and Iriberry, N. 2013. Structural Models of Nonequilibrium Strategic Thinking: Theory, Evidence, and Applications. *Journal of Economic Literature*, 51(1), 5-62.

Osborne, M. and Rubinstein, A. 1998. Games with Procedurally Rational Players. *American Economic Review*, 88, 834-847.

- Arad, A., Gneezy, U. and Mograbi, E. 2021. Intermittent Incentives to Encourage Exercising in the Long Run. *Working paper*.
- Ariely, D., Bracha, A. and Meier, S. 2009. Doing Good or Doing Well? Image Motivation and Monetary Incentives in Behaving Prosocially. *American Economic Review*, 99(1), 544-55.
- Ariely, D., Gneezy, U., Loewenstein, G. and Mazar, N. 2009. Large stakes and big mistakes. *Review of Economic Studies*, 76, 451-469.
- Charness, G. and Gneezy, U. 2009. Incentives to exercise. *Econometrica*, 77, 909-931.
- Gneezy, U., Meier, S. and Rey-Biel, P. 2011. When and Why Incentives (Don't) Work to Modify Behavior. *Journal of Economic Perspectives*, 25(4), 191-210.
- Gneezy, U. and Rey-Biel, P. 2014. On the relative efficiency of performance pay and non-contingent incentives. *Journal of the European Economic Association*, 12(1), 62-72.
- Gneezy, U. and Rustichini, A. 2000. Pay Enough, or Don't Pay at All. *Quarterly Journal of Economics*, 115, 791-810.
- Hogarth, R. and Villeval, MC. 2014. Ambiguous incentives and the persistence of effort: experimental evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 100(C), 1-19.

השפעת קבוצת אפשרויות הבחירה

- Arad, A. and Maltz, A. 2021. Turning-on Dimensional Prominence in Decision Making: Experiments and a Model. *Working paper*.
- Azar, O. H. 2011. Do people think about absolute or relative price differences when choosing between substitute goods? *Journal of Economic Psychology*, 32(3), 450-457.
- Bordalo, P., N. Gennaioli, and A. Shleifer. 2013. Salience and Consumer Choice. *Journal of Political Economy*, 121(5), 803-843.
- Bushong, B., M. Rabin, and J. Schwartzstein. 2021. A model of relative thinking. *The Review of Economic Studies*, 88, 162-191.
- Frederick, S., L. Lee, and E. Baskin. 2014. The Limits of Attraction. *Journal of Marketing Research*, 51(4), 487-507.
- Huber, J., J. W. Payne, and C. Puto. 2014. Let's Be Honest About the Attraction Effect. *Journal of Marketing Research*, 51(4), 520-525.
- Kořszegi, B. and A. Szeidl. 2012. A model of focusing in economic choice. *The Quarterly journal of economics*, 128(1), 53-104.
- Shafir, E., Simonson, I. and Tversky, A. 1993. Reason-Based Choice. *Cognition*, 49, 11-36.
- Simonson, I. 1989. Choice Based on Reasons: The Case of Attraction and Compromise Effects. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 158-174.