

## תאריך עדכון: 12/2/1

שם המרצה: פרופ' גיל דיזנדרוק

שם הקורס: פסיכולוגיה של ערכים

מספר הקורס: 60-705-01

סוג הקורס: סמינריון

שנת לימודים: תשע"ג מסטר: ב היקף שעות: 2

אתר הקורס באינטרנט:

**א. מטרת הקורס (מטרות על / מטרות ספציפיות):**  
מטרת על: ללמד סטודנטים לעשות סקירת סיפורת ביקורתית ועדכנית למען הצעת מחקר ספציפית.  
מטרות ספציפיות: לדון בשאלה בסיסית לגבי קוגניציה-חברתית

**ב. תוכן הקורס:** (רציונל, נושאים)  
הקורס ידון על היבטים שונים של "ערכים", הן באספקט המוסרי, והן באספקט החומרי. נסקור מחקרים ותאוריות עכשוויות בנושא של מוסר והתנהגות כלכלית, מנקודות מבט של פסיכולוגיה קוגניטיבית, חברתית, התפתחותית, השוואתית, ונירופסיכולוגית.

**מהלך השיעורים:** (שיטות ההוראה, שימוש בטכנולוגיה, מרצים אורחים)  
בשבועות הראשונים של הסמסטר נקיים הרצאות פרונטאליות (דרך מצגות powerpoint) עם הצגת הנושאים השונים. לאחר מכן נקיים פגישות אינדיבידואליות בהן הסטודנטים יעבדו ביחד עם המרצה על פיתוח הצעת המחקר. בסוף הסמסטר הסטודנטים יציגו בפני הכיתה את הפרוייקט שלהם.

**תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:** (רשימה או טבלה כדוגמת המצ"ב)

מס' השיעור	נושא השיעור	קריאה נדרשת	הערות
1	מבוא		
2	מוסר	1	
3	מטריאליזם	2	
4	התנהגות כלכלית	3	
5	ערך במוח	4	

**ג. חובות הקורס:** נוכחות, הצגה בכיתה, עבודה בסוף הסמסטר

דרישות קדם: אין

חובות / דרישות / מטלות: נוכחות, הצגה בכיתה, עבודה בסוף הסמסטר  
מרכיבי הציון הסופי (ציון מספרי / ציון עובר): מצגת = 20%, עבודה = 80%

**ד. ביבליוגרפיה: (חובה)**

1- Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Ravi, I., Koleva, S., Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*, 366-385.

2- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research, 15*, 139-168.

3- Lee, L., Amir, O., & Ariely, D. (2009). In search of Homo Economicus: Cognitive noise and the role of emotion in preference. *Journal of Consumer Research, 36*, 173-187.

4- Padoa-Schioppa, C., & Assad, J. A. (2006). Neurons in the orbitofrontal cortex encode economic value. *Nature, 441*, 223-226.

**ספרי הלימוד (textbooks) וספרי עזר נוספים:**

**חומר מחייב למבחנים: (לא רלוונטי)**