

סמינר מחקר רגשות בשירות

סמסטר א' תשע"ט

דר' אריק חשין

acheshin@univ.haifa.ac.il

מטרות הקורס

הקורס מיועד להקנות מיומנות בחשיבה מחקרית וביצוע מחקר באמצעות התנסות בשלבי המחקר השונים. הסמינר יעסוק בנושא רגשות בשירותי אנוש. השנה בסמינר נחקור את ההשפעה של רגש בשירותי מכוון בעזרת תקשורת מתווכת מחשב. ביחד נחקור וננסה להבין כיצד רגש משפיע על תהליכי שירות שהם לא פנים מול פנים.

בנוסף הקורס מיועד להקנות מיומנות בביצוע מחקר באמצעות התנסות בשלבי המחקר השונים:

- חיפוש וסקירה של ספרות מדעית
- העלאת שאלות מחקריות והצגת השערות
- איסוף נתונים
- ניתוח נתונים
- פרוש התוצאות, הסקת מסקנות, התוויית כיווני מחקר עתידיים
- הצגת הממצאים במצגת
- כתיבת דו"ח מחקר מסכם הכולל דיון ומסקנות

מבנה הסמינר

הסמינר יכלול הרצאות פרונטאליות לגבי חומר תיאורטי ושיטות מחקר. ההרצאות יכללו הצגת שאלת המחקר המרכזית, מאמרים ודיון במאמרים נבחרים מהספרות בתחום. לאחר מכן תחל עבודת המחקר שתיעשה בצוותים. עבודת המחקר תכלול סקירת ספרות, פיתוח שאלת מחקר ממוקדת, פיתוח כלי מחקר, איסוף נתונים, ניתוח נתונים ופירושם, הצגת ממצאים ראשוניים, וכתיבת דו"ח סופי. בשלב עבודת המחקר יתקיימו מפגשי הנחיה בקבוצות למידה. בסוף הסמסטר הקבוצות יציגו את הממצאים של עבודת המחקר.

מטלות

1. סקירת ספרות – יש למצוא לפחות 3 מאמרים נוספים על חומר הקריאה שיניתן.

2. הצעת מחקר – יש להגיש הצעת מחקר שכוללת שאלת מחקר, השערות ושיטה. יש לכתוב לפי הנחיות של ה APA Manual 6th edition.
3. איסוף נתונים – כל סטודנט יתבקש לאסוף נתונים מ10 עובדים.
4. ניתוח נתונים – כל צוות ינתח את שאלות המחקר שלו.
5. הצגת מסקנות ראשונות – כל צוות יציג את הממצאים הראשונים לכיתה.
6. כתיבת עבודה מסכמת שמתארת את כל המחקר. יש לכתוב לפי הנחיות של ה APA Manual 6th edition.

הרכב ציון :

- סקירת ספרות (אישי): 5%
- הצעת מחקר (קבוצתי): 10%
- איסוף נתונים (אישי): 10%
- התקדמות במחקר, השתתפות בפגישות צוות וניהול פגישה (אישי): 5%
- הצגת פרויקט המחקר (קבוצתי): 10%
- עבודה מסכמת (קבוצתי): 60%

השתתפות פעילה בהרצאה ופגישות צוות

הנכם מתבקשים להשתתף באופן פעיל בהרצאות ובפגישות הצוות. השתתפות פרושה לדבר אל כל יתר הכיתה ולא אל מי שיושב לידך. יש להגיע לשיעור ולפגישות בזמן, ומוכן. יש להכין את החומר מודפס מראש לפגישה, או בקובץ מוכן ומחשב פתוח, כך שלא יתבזבז זמן על פתיחת מחשב וכו'. בכל פגישה קבוצתית יתבקש סטודנט אחר להיות נציג הצוות. יש להודיע לי 24 שעות מראש לפחות אם אין צורך בפגישה אישית בשבוע מסוים.

בהתכתבות עם המרצה יש תמיד לציין מספר הצוות, ולכתב את שאר חברי הצוות להודעות, וכמו כן יש לשמור קבצים בשם שכולל את מספר הצוות.

מאמרים רלוונטים לקורס (יש לצטט לפחות 5 מאמרים מרשימה זו בעבודה הסופית).

- Cheshin, A., Amit, A., & van Kleef, G. A. (2018). The interpersonal effects of emotion intensity in customer service: Perceived appropriateness and authenticity of attendants' emotional displays shape customer trust and satisfaction. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 144, 97–111. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2017.10.002>
- Cheshin, A., Rafaeli, A., & Bos, N. (2011). Anger and happiness in virtual teams: Emotional influences of text and behavior on others' affect in the absence of non-verbal cues. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 116(1), 2–16. <http://doi.org/10.1016/j.obhdp.2011.06.002>
- Cote, S., & Hideg, I. (2011). The ability to influence others via emotion displays: A new dimension of emotional intelligence. *Organizational Psychology Review*, 1, 53–71. <https://doi.org/10.1177/2041386610379257>
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554–571.
- Derks, D., Bos, A. E. R., & von Grumbkow, J. (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 842–849. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2004.11.013>
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 766–785. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2007.04.004>
- Glikson, E., Cheshin, A., & van Kleef, G. A. (2017). The Dark Side of a Smiley. *Social Psychological and Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/1948550617720269>
- Hasford, J., Hardesty, D., Kidwell, B. (2015). More Than a Feeling: Emotional Contagion Effects in Persuasive Communication. *Journal of Marketing Research*, 52(6), 836–847.
- Hsu, M., Chuang, L.-W., & Hsu, C. S. (2014). Understanding online shopping

- intention: the roles of four types of trust and their antecedents. *Internet Research*, 24(3), 332–352.
- Jarvenpaa, S., Tractinsky, N. & Vitale, M. (2000), Consumer trust in an internet store. *Information Technology and Management*, 1(1/2), 45-71.
- Kaye, L. K., Malone, S. A., & Wall, H. J. (2017). Emojis: Insight affordances, and possibilities for psychological science. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(2), 66-68.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massivescale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(29), 8788–8790. <http://doi.org/10.1073/pnas.1412469111>
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2004). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37–59.
- Stark, L., & Crawford, K. (2015). The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication. *Social Media + Society*, 1(2).
<http://doi.org/10.1177/2056305115604853>
- Van Kleef, G. A., Homan, A. C., & Cheshin, A. (2012). Emotional influence at work: Take it EASI. *Organizational Psychology Review*.
<https://doi.org/10.1177/2041386612454911>
- Wall, H. J., Kaye, L. K., & Malone, S. A. (2016). An exploration of psychological factors on emoticons usage and implications for judgement accuracy. *Computers in Human Behavior*, 62, 70-78. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.040>
- Williams, P. (2014). Emotions and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 40(5), viii–xi.

תוכנית הקורס*

תאריך	שבוע	נושא
17.10.18	1	מבוא – חשיבות המחקר, רגשות בתקשורת מתווכת מחשב
24.10.18	2	סקירת ספרות – שימוש במנדלי.
31.10.18	3	פגישה אישית עם צוותים לגבי הצעת מחקר
7.11.18	4	פגישה אישית עם צוותים לגבי הצעת מחקר
14.11.18	5	פגישה אישית עם צוותים לגבי בניית כלי מחקר
21.11.18	6	פגישה אישית עם צוותים לגבי בניית כלי מחקר
28.11.18	7	פגישה אישית עם צוותים לגבי איסוף נתונים
5.12.18	8	פגישה אישית עם צוותים לגבי ניתוח נתונים
12.12.18	9	פגישה אישית עם צוותים לגבי ניתוח נתונים
19.12.18	10	פגישה אישית עם צוותים לגבי מסקנות ניתוח נתונים
26.12.18	11	פגישה אישית עם צוותים לגבי מסקנות ניתוח נתונים
2.1.19	12	פגישה אישית לגבי כתיבת עבודה סופית
9.1.19	13	פגישה אישית לגבי כתיבת עבודה סופית
16.1.19	14	הצגת פרויקט המחקר לכיתה

*יתכנו שינויים בתוכנית לאור ההתקדמות בסמסטר.