

Spis treści

CZĘŚĆ 1. OGÓLNA

Wprowadzenie Tadeusz Tyszka

Rozdział 1. Psychologia i ekonomia

Karl-Erik Warneryd

- 1.1. Wprowadzenie
- 1.2. Szkic tła historycznego
 - 1.2.1. Krótka historia psychologii
 - 1.2.2. Rzut oka na historię ekonomii
 - 1.2.3. O poglądach kilku czołowych ekonomistów na współczesną psychologię
 - 1.2.4. Najnowsze osiągnięcia
- 1.3. Eksperyment w psychologii i w ekonomii
 - 1.3.1. Metody badań stosowane w psychologii i ekonomii
 - 1.3.2. Krótka charakterystyka kontrolowanych eksperymentów
 - 1.3.3. Realizm eksperymentalny i życiowy w eksperymentach kontrolowanych
- 1.4. Psychologia ekonomiczna
 - 1.4.1. Psychologia ekonomiczna i ekonomia behawioralna
- 1.5. Psychologia makro(ekonomiczna)
 - 1.5.1. Mikro czy makro?
 - 1.5.2. Stosowanie miar zagregowanych
 - 1.5.3. Psychologia makroekonomiczna
 - 1.5.4. Zastosowanie segmentacji rynku w marketingu
- 1.6. Przyszłość psychologii ekonomicznej

Rozdział 2. Problem racjonalności podmiotów ekonomicznych

Bartłomiej Dzik, Tadeusz Tyszka

- 2.1. Założenie o racjonalności zachowań ludzkich i jego konsekwencje
- 2.2. Zasada maksymalizacji użyteczności: postulaty i obiekty
- 2.3. Ewolucja pojęcia racjonalności: racjonalność przy podejmowaniu ryzyka
- 2.4. Racjonalność ograniczona
- 2.5. Wybór w czasie
 - 2.5.1. Anomalie wyboru w czasie
- RAMKA 2.1 Uszkodzenia mózgu a percepcja przyszłych zysków i strat
- 2.6. Racjonalność a samokontrola
- RAMKA 2.2 Człowiek jako organizacja
- 2.7. Racjonalność a emocje
 - 2.7.1. Negatywny wpływ emocji
 - 2.7.2. Pozytywny wpływ emocji

Rozdział 3. Percepcja działań ekonomicznych

Tomasz Zaleśkiewicz

- 3.1. Psychofizyka i psychologia percepcji
 - 3.1.1. Psychofizyka i progi percepcyjne
 - 3.1.2. Rola kontekstu w spostrzeganiu
- 3.2. Percepcja działań ekonomicznych
- 3.3. Percepcja ryzyka ekonomicznego

Rozdział 4. Oczekiwania ekonomiczne i zachowania inwestycyjne

Gerrit Antonides

- 4.1. Intencje zakupowe
 - 4.2. Oczekiwania
 - 4.3. Zaufanie konsumenckie
 - 4.4. Oczekiwania dotyczące inwestycji
 - 4.5. Horyzont czasowy i preferencje dotyczące inwestycji ryzykownych
 - 4.6. Etyczne inwestycje
 - 4.7. Wstępne oferty publiczne
 - 4.8. Podsumowanie
- RAMKA 4.1 Samospełniające się oczekiwania

Rozdział 5. Własność i posiadanie

Małgorzata Górnik-Durose, Zbigniew Zaleski

- 5.1. Wprowadzenie
- 5.2. Pojęcia „własność” i „posiadanie”, ich geneza i status psychologiczny
 - 5.2.1. Posiadanie na własność
- RAMKA 5.1 Posiadanie i własność
- 5.2.2. Poczucie własności
- 5.2.3. Stosunek właściciela do posiadanego mienia
- 5.3. Własność i motywacja
 - 5.3.1. Motywacyjna funkcja własności
 - 5.3.2. Zawieść o cudze mienie i pokusa przywłaszczenia sobie cudzego dobra
 - 5.3.3. Własność wspólna i jej psychologiczne implikacje
 - 5.3.3.1. Tragedia wspólnej łąki
 - 5.3.3.2. Dylemat wolnej jazdy
- 5.4. Skąd się bierze skłonność do gromadzenia zasobów materialnych.
 - 5.4.1. Perspektywa biologiczna - czy jesteśmy wyposażeni w instynkt posiadania?
 - 5.4.2. Perspektywa indywidualna - czy to, kim jesteśmy, zależy od tego, co posiadamy?
 - 5.4.3. Perspektywa interpersonalna i kulturowa - co o nas mówią zgromadzone dobra materialne?
- 5.5. Materializm, czyli jak się różnimy w stosunku do dóbr materialnych
- 5.6. Społeczno-kulturowy kontekst stosunku do dóbr materialnych, czyli jak indywidualiści i kolektywiści traktują posiadane dobra

Rozdział 6. Psychologia pieniądza

Tadeusz Tyszką, Tomasz Zaleskiewicz

- 6.1. Ekonomiczne i psychologiczne osobliwości pieniądza .
- 6.2. Pieniądz prymitywny i pieniądz nowoczesny
- 6.3. Pieniądz w świetle psychologii uczenia się
- 6.4. Percepcja pieniądza
 - 6.4.1. Procesy emocjonalne a percepcja pieniądza
 - 6.4.2. Procesy poznawcze a percepcja pieniądza. Złudzenie pieniądza.
- 6.5. Postawy ludzi w stosunku do pieniądza
- 6.6. Psychopatologia zachowań związanych z pieniądzem

Rozdział 7. Ekonomiczne przesłanki i efekty dobrostanu psychicznego

Janusz Czapiński

- 7.1. Dobrostan psychiczny
 - 7.1.1. Dwie tradycje: hedonizm i eudajmonizm
 - 7.1.2. Obiektywna i subiektywna jakość życia
 - 7.1.3. Korelaty dobrostanu psychicznego
 - 7.1.4. Teorie dobrostanu psychicznego
- 7.2. Dobrobyt ekonomiczny a dobrostan psychiczny
 - 7.2.1. Bogactwo a szczęście narodów
 - 7.2.2. Bogactwo a szczęście jednostki
 - 7.2.3. Zmiana dochodów a szczęście jednostki i narodu
 - 7.2.4. Pieniądze dają szczęście czy szczęście daje pieniądze?
 - 7.2.5. Teorie wyjaśniające związek między ekonomicznym i psychicznym dobrostanem
 - 7.2.5.1. Teoria potrzeb
 - 7.2.5.2. Teorie rozbieżności

- 7.2.5.3. Teorie adaptacji
- 7.2.5.4. Teorie wartości, pragnień i celów
- 7.2.5.5. Teoria genetyczna
- 7.2.5.6. Teorie „szczęśliwego atraktora”
- 7.3. Konsumpcja i materializm a dobrostan psychiczny, czyli demaskowanie amerykańskiego marzenia
- 7.4. Inflacja i bezrobocie a dobrostan psychiczny
- 7.5. Podsumowanie

Rozdział 8. Dylematy społeczne

Janusz Ł. Grzelak

- 8.1. Czym są dylematy społeczne?
 - 8.1.1. Dylematy ograniczonych zasobów
 - 8.1.2. Dylematy dóbr publicznych
- 8.2. Rozwiązania dylematów
 - 8.2.1. Zmiana sytuacji
 - 8.2.2. Rozwiązania strukturalne
 - 8.2.2.1. Tworzenie i zmiana reguł
 - 8.2.2.2. Zmiana struktury zysków i strat
 - 8.2.2.3. Przekazanie kontroli innym
 - 8.2.2.4. Prywatyzacja
 - 8.2.2.5. Rozwiązania technologiczne
 - 8.2.3. Wybór działania dostępnego w danej sytuacji
- 8.3. O metodzie
 - 8.3.1. Gry eksperymentalne
 - 8.3.2. Eksperymentalne symulacje dylematów
 - 8.3.3. Inne metody
- 8.4. Wyniki badań
 - 8.4.1. Zachowanie ludzi w sytuacjach dylematów
 - 8.4.1.1. Struktura zysków i strat
 - 8.4.1.2. Czas
 - 8.4.1.3. Interakcja między partnerami
 - 8.4.1.4. Zauważalność i rozpoznawalność
 - 8.4.1.5. Porozumiewanie się
 - 8.4.1.6. Tożsamość społeczna
 - 8.4.1.7. Lęk i chciwość
 - 8.4.1.8. Orientacje społeczne.
 - 8.4.1.9. Orientacje społeczne. Implikacje teoretyczne
 - 8.4.2. Wycofanie się
 - 8.4.3. Strukturalne zmiany sytuacji
- 8.5. Uwagi końcowe
 - 8.5.1. O teorii
 - 8.5.2. O zastosowaniach
 - 8.5.3. O dalszych badaniach

Rozdział 9. W jaki sposób nabywamy pojęcia i wartości ekonomiczne

Christine Roland-Lšvy

- 9.1. Wprowadzenie
- 9.2. Dlaczego bada się socjalizację ekonomiczną?
- 9.3. Różne zagadnienia analizowane w ramach socjalizacji ekonomicznej
 - 9.3.1. Oszczędzanie i system podatkowy
 - 9.3.1.1. Oszczędzanie
 - 9.3.1.2. Podatki i system podatkowy: badanie rozumienia skutków zniesienia podatków
 - 9.3.2. Teoria Piageta i teoria Bandury
 - 9.3.3. Ubezpieczenie: co może być i co powinno być ubezpieczone?
 - 9.3.4. Praca i bezrobocie: w jaki sposób oba zjawiska są spostrzegane?
 - 9.3.4.1. Jak rozumiane jest pojęcie bezrobocia?
 - 9.3.4.2. Praca i bezrobocie
- RAMKA 9.1 Czy wprowadzenie euro może powodować zmiany w poczuciu przynależności?
- 9.4. Podsumowanie
 - 9.4.1. Różne orientacje badawcze
 - 9.4.2. W jaki sposób bada się nabywanie pojęć i wartości ekonomicznych?
 - 9.4.3. Nie wszystkie dzieci są takie same: czynniki wpływające na różnice
- 9.5. Jak można wykorzystać to, co zostało zaprezentowane w tym rozdziale

CZĘŚĆ 2. SZCZEGÓŁOWA

Rozdział 10. Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka

Tomasz Zaleśkiewicz

- 10.1. Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy. Ujęcie ekonomiczne i psychologiczne
- 10.2. Kim są przedsiębiorcy? Badania nad indywidualnymi charakterystykami
- 10.3. Jak myślą przedsiębiorcy? Badania nad procesami poznawczymi
 - 10.3.1. W jaki sposób przedsiębiorcy myślą przed założeniem firmy?
 - 10.3.2. W jaki sposób przedsiębiorcy zbierają informacje i podejmują decyzje?
 - 10.3.3. W jaki sposób przedsiębiorcy radzą sobie ze skutkami swoich działań?
- 10.4. Przedsiębiorcy wobec ryzyka
 - 10.4.1. Definiowanie ryzyka
 - 10.4.2. Czy przedsiębiorcy lubią ryzyko?
 - 10.4.3. W jaki sposób przedsiębiorcy oceniają ryzyko?

Rozdział 11. Finanse behawioralne

Piotr Zielonka

- 11.1. O efektywności rynku
- 11.2. Nowoczesne finanse
 - 11.2.1. Teoria portfelowa Markowitza
 - 11.2.2. Model CAPM
- RAMKA 11.1 Model wyceny aktywów kapitałowych CAPM
- 11.3. Rzeczywisty obraz rynku
 - 11.3.1. Efektywny rynek?
 - 11.3.2. Wybrane anomalie (odstępstwa od efektywności rynku)
 - 11.3.2.1. Dodatnie krótkoterminowe autokorelacje między stopami zwrotu
 - 11.3.2.2. Ujemne średnioterminowe autokorelacje między stopami zwrotu
 - 11.3.2.3. Efekt kalendarza
 - 11.3.2.4. Efekt wielkości firmy
 - 11.3.2.5. Paradoks zamkniętych funduszy powierniczych.
 - 11.3.2.6. Efekt konsekwentnego wyboru akcji spadkowych
 - 11.4. Skłonności poznawcze inwestorów
 - 11.4.1. Dwie przeciwstawne tendencje: nierespektowanie prawa regresji do średniej oraz złudzenie gracza
 - 11.4.2. Sentyment inwestycyjny, czyli nadreaktywność oraz subreaktywność w stosunku do pojawiających się informacji
 - 11.4.3. Zjawisko nadmiernej pewności siebie oraz złudzenie kontroli
 - 11.4.4. Wiedziałem, że to się zdarzy (efekt myślenia wstecznego).
 - 11.4.5. Heurystyka zakotwiczenia
 - 11.4.6. Heurystyka dostępności
 - 11.5. Skłonności motywacyjne inwestorów
 - 11.5.1. Efekt unikania strat i efekt utopionych kosztów
 - 11.5.2. Księgowanie umysłowe i jego konsekwencje
 - 11.5.2.1. Efekt posiadania.
 - 11.5.2.2. Efekt status quo
 - 11.5.2.3. Efekt przywiązania
 - 11.5.2.4. Pułapki związane z wynikami ostatnio dokonanej inwestycji
 - 11.5.3. Efekt dyspozycji
 - 11.5.4. Krótkowzroczne unikanie strat
 - 11.5.5. Dysonans poznawczy
 - 11.6. Jak wykorzystać pułapki psychologiczne, w które mogą wpaść inwestorzy, czyli manipulacje na rynkach finansowych
 - 11.7. O wybranych problemach analizy technicznej
 - 11.8. Podsumowanie

Rozdział 12. Psychologiczne podstawy marketingu

Andrzej Falkowski

- 12.1. Wprowadzenie
- 12.2. Segmentacja rynku
 - 12.2.1. Mikroekonomiczna teoria różnicowania ceny
 - 12.2.2. Segmentacja rynku jako proces
 - 12.2.2.1. Segmentacja demograficzna
 - 12.2.2.2. Segmentacja psychograficzna
- 12.3. Produkt i marka

- 12.3.1. Pozycjonowanie produktu
- 12.3.2. Klasyfikacja produktów ze względu na wpływ grup odniesienia
- 12.4. Miejsce
- 12.5. Promocja i cena
- 12.5.1. Strategie promocyjne
- 12.5.2. Strategie cenowe
- 12.6. Planowanie marketingowe oraz implementacja i kontrola marketingowa
- 12.6.1. Marketingowa krótkowzroczność i cel strategiczny
- 12.6.2. Implementacja i kontrola

Rozdział 13. Reklama i jej wpływ na zakupy

Dariusz Doliński

- 13.1. Żyjemy w świecie reklamy
- 13.2. Procesy poznawcze
- 13.2.1. Percepcja
- 13.2.2. Uwaga
- 13.2.3. Warunkowanie klasyczne
- 13.2.4. Przetwarzanie informacji
- 13.2.5. Pamięć
- 13.2.6. Język reklamy
- 13.3. Inne aspekty skuteczności przekazu reklamowego
- 13.3.1. Człowiek w reklamie
- 13.3.2. Emocje i pobudzenie fizjologiczne
- 13.3.3. Humor w reklamie
- 13.4. Wpływ reklamy na dokonywanie zakupu

Rozdział 14. Zachowania konsumenckie

Tadeusz Tysza

- 14.1. Wprowadzenie
- 14.2. Nabywanie informacji z zewnętrznych i wewnętrznych źródeł informacji
- 14.3. Kupowanie refleksyjne
- 14.3.1. Strategie wyboru
- 14.3.2. Nabywcy instytucjonalni
- 14.3.3. Reakcje konsumentów na dodanie produktowi nowej cechy
- 14.3.4. Poszukiwanie różnorodności
- 14.4. Kupowanie nieplanowane - reakcje konsumentów na zabiegi marketingowe
- 14.4.1. Odpowiednia atmosfera w sklepie i inne zabiegi zatrzymujące w nim klientów
- 14.4.2. Wystawy, reklama wewnątrzsklepowa, promocje cenowe
- 14.4.3. Reakcje konsumentów na cenę - księgowanie umysłowe
- 14.4.3.1. Cena odniesienia
- 14.4.3.2. Tworzenie odrębnych budżetów przez konsumentów
- 14.4.3.3. Zasady umysłowego księgowania
- 14.4.4. Kształtowanie mody
- 14.5. Kupowanie nawykowe - przywiązanie do marki
- 14.6. Konsumenckie oczekiwania i zadowolenie
- 14.6.1. Reakcje konsumentów na stan zadowolenia
- 14.6.2. Reakcje konsumentów na stan braku zadowolenia
- 14.6.2.1. Powstrzymywanie się od zakupu
- 14.6.2.2. Reakcje słowne
- 14.6.2.3. Brak reakcji
- RAMKA 14.1 Reakcje konsumentów na opóźnienia

Rozdział 15. Negocjacje

Marek Tokarz, Tadeusz Tysza

- 15.1. Pojęcie negocjacji
- RAMKA 15.1 Gry ściśle i nieściśle antagonistyczne
- 15.2. Logika negocjowania
- 15.3. Podstawowe pojęcia
- 15.4. Negocjowanie integracyjne: zwiększanie wielkości puli do podziału
- 15.5. Szczegółowe techniki i tricki stosowane w negocjacjach
- 15.5.1. Balon próbny
- 15.5.2. Skubanie

- 15.5.3. Rzekomy zwierzchnik
- 15.5.4. Zły policjant - dobry policjant
- 15.5.5. Zamiana ról
- 15.5.6. Pozorne ustępstwo
- 15.5.7. Fałszywa BATNA
- 15.6. Wpływ niezależnych czynników zewnętrznych na negocjacje
- 15.7. Negocjacje z trudnym partnerem
- 15.8. Typowe błędy popełniane podczas negocjacji
- 15.8.1. Nieracjonalna eskalacja
- 15.8.2. Zamknięta pula do podziału
- 15.8.3. Znaczenie sformułowania problemu
- 15.8.4. Nadmierna pewność siebie

Rozdział 16. Podatki

Małgorzata Niesiołowska

- 16.1. Wprowadzenie
- 16.2. Formy podatków
- 16.3. Funkcje podatków
- 16.4. Wiedza o podatkach
- 16.5. Wysokość podatków i konsekwencje wysokich podatków
- 16.5.1. Podatki a motywacja do pracy
- RAMKA 16.1 Wysokość stawki podatkowej a aktywność pozazawodowa
- 16.5.2. Skutki wysokości podatków
- 16.6. Sprawiedliwość podatków
- 16.6.1. Sprawiedliwość wymiany między obywatelami i państwem
- 16.6.2. Wiedza a postawy wobec podatków
- 16.7. Złożoność podatków
- 16.7.1. Złożoność podatków a ich sprawiedliwość
- RAMKA 16.2 Znaczenie wiedzy dla oceny sprawiedliwości podatków
- 16.8. Uchylenie się od płacenia podatków
- 16.8.1. Ujęcie oszustw podatkowych przez Strimpla
- 16.8.2. Ujęcie oszustw podatkowych przez Weigela, Hessinga i Elffersa
- 16.8.3. Zachowania podatników w świetle teorii postaw
- 16.8.4. Zachowania podatników w świetle teorii reaktancji.
- 16.8.5. Zachowania podatników w świetle teorii perspektywy

Rozdział 17. Oszczędzanie

Karl-Erik Warneryd

- 17.1. Czym jest oszczędzanie?
- 17.1.1. Źródła i główne funkcje oszczędzania
- 17.1.2. Definicje oszczędzania
- 17.2. Przegląd teorii oszczędzania
- 17.2.1. Pożytki wynikające z teorii
- 17.2.2. Czy istnieje powszechnie akceptowana teoria oszczędzania?
- 17.3. Psychologiczne założenia we wczesnych ekonomicznych teoriach oszczędzania
- 17.4. Psychologia i współczesne ekonomiczne teorie oszczędzania
- 17.4.1. Psychologiczne założenia hipotezy cyklu życia
- 17.4.1.1. Pragnienie efektywnej akumulacji i poprawy
- 17.4.1.2. Rola nawyku zapobiegliwości
- 17.4.1.3. Samokontrola i siła woli jako determinanty zapobiegliwości
- 17.4.1.4. Niepewność przyszłości i rola oczekiwań
- 17.4.1.5. Selektywna percepcja i ograniczone zdolności poznawcze
- 17.4.1.6. Horyzont czasowy i postawa wobec przyszłości
- 17.4.1.7. Dalsze kwestie psychologiczne
- 17.5. Schemat psychologicznych badań nad oszczędzaniem
- 17.5.1. Zastosowania schematu
- 17.6. Hierarchiczny model motywów oszczędzania
- 17.6.1. Implikacje modelu
- 17.7. Badania nad oszczędzaniem w gospodarstwach domowych
- 17.7.1. Motywy oszczędzania i postawy wobec oszczędzania
- 17.7.2. Badania eksperymentalne nad zachowaniami związanymi z oszczędzaniem
- 17.8. Jak osiąść umiejętność oszczędzania

Rozdział 18. Hazard

Bartłomiej Dzik

18.1. Czym jest hazard?

18.2. Psychologiczne wyjaśnienia fenomenu hazardu

18.2.1. Behawioryzm i psychoanaliza

18.2.2. Psychologia poznawcza: heurystyki i zniekształcenia

18.2.3. Hazard patologiczny

RAMKA 18.1 Diagnozowanie hazardu patologicznego

18.3. Ograniczona trafność badań psychologicznych przeprowadzonych w laboratorium

18.4. Iluzja kontroli i myślenie magiczne

18.4.1. Iluzja kontroli

18.4.2. Kostki do gry i spora dawka magii

18.5. Losowość, przypadek i szczęście

18.5.1. Spostrzeganie losowości

18.5.2. Wiara w szczęście

18.6. Psychologiczna specyfika wybranych odmian hazardu

18.6.1. Loterie i gry liczbowe - ignorowanie rachunku prawdopodobieństwa

RAMKA 18.2 Wpływ graficznej reprezentacji liczb na kuponie lotto na wybory graczy

18.6.2. Blackjack - świadome odrzucenie optymalnych strategii

18.6.3. Automaty do gry - duża rola „bliskiego chybienia”?

18.7. Podsumowanie - dlaczego warto badać hazard?

Indeks nazwisk

Indeks rzeczowy