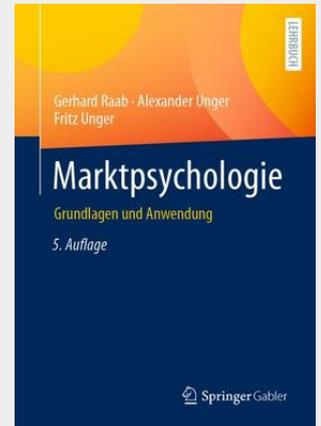


Marktpsychologie

Grundlagen und Anwendung

Dieses Buch liefert psychologische Erklärungen für das Verhalten von Menschen auf Märkten. Es beinhaltet einen umfassenden Überblick über psychologische Theorien, die für die Marktpsychologie relevant sind. Die Kernaussagen der Theorien und deren Erkenntnisse werden beschrieben und anhand typischer Fragestellungen aus dem Marktgeschehen illustriert. Die Anwendungsbeispiele stammen überwiegend aus dem Marketing und der Personalwirtschaft. Neu in der 5. Auflage Die fünfte Auflage wurde überarbeitet und aktualisiert. Das Kapitel „Ego-Depletion – Verlust an Kontrolle: Die Theorie begrenzter Ressourcen der Selbstkontrolle“ wurde vollständig überarbeitet und um die Revision des mechanistischen Ressourcenmodells von Michael Inzlicht und Brandon Schmeichel ergänzt.

Dieses Buch liefert psychologische Erklärungen für das Verhalten von Menschen auf Märkten. Es beinhaltet einen umfassenden Überblick über psychologische Theorien, die für die Marktpsychologie relevant sind. Die Kernaussagen der Theorien und deren Erkenntnisse werden beschrieben und anhand typischer Fragestellungen aus dem Marktgeschehen illustriert. Die Anwendungsbeispiele stammen überwiegend aus dem Marketing und der Personalwirtschaft. Neu in der 5. Auflage Die fünfte Auflage wurde überarbeitet und aktualisiert. Das Kapitel „Ego-Depletion – Verlust an Kontrolle: Die Theorie begrenzter Ressourcen der Selbstkontrolle“ wurde vollständig überarbeitet und um die Revision des mechanistischen Ressourcenmodells von Michael Inzlicht und Brandon Schmeichel ergänzt. Der Inhalt - Wissenschaftslehre - Kognitionstheorien - Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie - Von der Wahrnehmung über das Lernen zum Gedächtnis - Motivations- und Emotionstheorien - Biologische Psychologie: Naturwissenschaftliche Grundlagen ökonomischen Verhaltens - Psychologische Theorien über Macht, Kontrolle, Austausch und Selbstkontrolle - Theorie der Laienepistemologie Prof. Dr. Gerhard Raab lehrt an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen, insbesondere in den Studiengängen „International Business Administration (IBA)“ und „International Business Administration and Information Technology (IBAIT)“. Darüber hinaus ist er geschäftsführender Direktor des Transatlantik-Instituts und wissenschaftlicher Leiter des von der Carl-Zeiss-Stiftung geförderten „Verhaltenswissenschaftlichen Forschungslabors“ an dieser Hochschule. Dr. Alexander Unger lehrt an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Statistik und Psychologie und ist Forscher am Ostasieninstitut an dieser Hochschule. Er forscht in den Bereichen der Motivations- und interkulturellen Psychologie, insbesondere zu den Themen der Selbstkontrolle, Mind-Sets und Zeitperspektiven. Seit 2015 ist er zudem Mitglied des Personality and Social Adaption Laboratory der Southwest-University Chongqing. Prof. Dr. Fritz Unger lehrt als Senior-Professor für Marktpsychologie und Marketing im Studiengang „Berufsintegrierendes Studium (BIS) Betriebswirtschaftslehre“ (Bachelor und MBA) an der Hochschule Ludwigshafen, dem er lange als Studiengangsleiter vorstand und den er maßgeblich aufgebaut hat. Er lehrte auch in MBA-Fernstudiengängen und war als Gastprofessor an der Privaten Hochschule für Wirtschaft in Bern in dortigen MBA-Studiengängen tätig.



39,99 €
37,37 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658376871
Medium: Buch
ISBN: 978-3-658-37687-1
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 17.11.2022
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 5. Auflage 2022
Serie: Lehrbuch
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 766 g
Seiten: 438
Format (B x H): 168 x 240 mm

