

Inhalt

Teil I: Psychologische Grundlagen

1. Kapitel:

Biologische Psychologie und der evolutionäre Rahmen 9

- 1.1 Überblick 9
- 1.2 Die Entwicklung zum Homo sapiens sapiens 10
- 1.3 Die natürliche Selektion 13
- 1.4 Die sexuelle Selektion 19
- 1.5 Die elterliche Investition 22
- 1.6 Der soziale Verband 23
- 1.7 Kontrollfragen zum ersten Kapitel 29

2. Kapitel:

Sozialpsychologische Aspekte 30

- 2.1 Überblick 30
- 2.2 Das Individuum und seine Bezugsgruppe 31
- 2.3 Die Wahrnehmung anderer Personen 34
- 2.4 Die Wahrnehmung der eigenen Person 41
- 2.5 Gruppenzugehörigkeit und Identität 47
- 2.6 Einstellungen 56
- 2.7 Kontrollfragen zum zweiten Kapitel 58

3. Kapitel:

Unsere gegenwärtige Kenntnis von der Arbeitsweise menschlicher Kognition 60

- 3.1 Überblick 60
- 3.2 Die methodische Entwicklung 61
- 3.3 Wahrnehmung 65
- 3.4 Gedächtnis 75
- 3.5 Denken 87
- 3.6 Kontrollfragen zum dritten Kapitel 97

Teil II: Theoretische Grundlagen und experimentelle Befunde der Wirtschaftspsychologie

4. Kapitel: Transaktionen als Objekte der Wirtschaftspsychologie 98

4.1	Überblick	98
4.2	Markt versus vertikale Integration	99
4.3	Die fundamentale Transformation und der Opportunismus	101
4.4	Kontrollfragen zum vierten Kapitel	105

5. Kapitel: Organisationen als Objekte der Wirtschaftspsychologie 106

5.1	Überblick	106
5.2	Die Bedeutung eingespielter Annahmen im Unternehmen	107
5.3	Die Psychologie der Reorganisation	109
5.4	Umlernen nach Erfolg und Umlernen nach Misserfolg	113
5.5	Kontrollfragen zum fünften Kapitel	118

6. Kapitel: Die Psychologie der Arbeit im Unternehmen 120

6.1	Überblick	120
6.2	Job Design	121
6.3	Die Psychologie der weisungsgebundenen Arbeit	128
6.4	Psychologische Aspekte des Human Resource Managements	137
6.5	Kontrollfragen zum sechsten Kapitel	148

7. Kapitel: Die Produktion und die Kosten 150

7.1	Überblick	150
7.2	Kostenentscheidungen und Kostenkontrolle	151
7.3	Die Dynamik von Projekten	155
7.4	Kontrollfragen zum siebten Kapitel	169

8. Kapitel:	
Die Nachfrage der Endverbraucher und das Angebot im Oligopol	170
8.1 Überblick	170
8.2 Wertgewinn für Verbraucher mit differenzierten post-modernen Lebensstilen	171
8.3 Angebotsdifferenzierung bei post-modernen Lebensstilen	176
8.4 Kontrollfragen zum achten Kapitel	180
9. Kapitel:	
Das Handelsgeschäft und der Preis	181
9.1 Überblick	181
9.2 Die Kaufentscheidung	182
9.3 Der Ankereffekt	186
9.4 Kontrollfragen zum neunten Kapitel	193
10. Kapitel:	
Heuristiken bei der Kaufentscheidung	194
10.1 Überblick	194
10.2 Die Verfügbarkeitsheuristik, die Repräsentativitätsheuristik und die Attributsubstitution	195
10.3 Das Status-Quo-Bias und der Endowment-Effekt	201
10.4 Der Markt und der Spielraum für Kreativität	207
10.5 Kontrollfragen zum zehnten Kapitel	211
11. Kapitel:	
Die Psychologie des Verkaufs	212
11.1 Überblick	212
11.2 Das interaktive Verkaufsgespräch	213
11.3 Psychologische Effekte im Verkauf	218
11.4 Kontrollfragen zum elften Kapitel	226

12. Kapitel:	
Informatisierung, Internationalisierung und die Zukunft des Wirtschaftens und der Arbeit	227
12.1 Überblick	227
12.2 Daten, Information, Wissen, Intelligenz	228
12.3 Arbeiten mit Unterstützung durch Informationstechnologie	242
12.4 Internationalisierung und Globalisierung	248
12.5 Kontrollfragen zum zwölften Kapitel	253
Literatur	256
Über den Verfasser	269