



Günter Wiswede

Einführung in die Wirtschaftspsychologie

5., aktual. Auflage 2012. 408 Seiten. 66 Abb. 10
Tab.

UTB-L (978-3-8252-8509-8) kt

€ [D] 39,99 / € [A] 41,20

(alle Preise inkl. gesetzlicher MwSt.)

- [Kurztext](#)
- [Inhalt](#)
- [Autoreninfo](#)
- [Leseprobe](#)

Kurztext

Dieses Standardlehrbuch bietet einen Gesamtüberblick über die breite Themenpalette der Wirtschaftspsychologie. Es führt in allgemeine Theorien und Methoden der Wirtschaftspsychologie ein und stellt die verschiedenen Arbeitsfelder der Makro- und Mikroökonomie mit ihren Problemen und Befunden informationsdicht, integrativ und systematisch dar:

- **Psychologie der Wohlstandsgesellschaft:**
Internationalisierung, Wertewandel, Schattenwirtschaft, Arbeitslosigkeit u.a.
- **Geld- und Finanzpsychologie:** Einkommen, Sparen, Geldanlage u.a.
- **Arbeits- und Organisationspsychologie:**
Personal, Arbeitszufriedenheit, Arbeitsbelastung; Macht, Gruppen, Konflikte in Organisationen u.a.
- **Markt- und Konsumpsychologie:** Angebot und Nachfrage, Preis, Markentreue, Kaufentscheidung, Dienstleistung u.a.
- **Produkt- und Werbepsychologie:**
Produktgestaltung, Innovation, Werbung und Verkauf u.a.

Inhalt

Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
Gegenstand der Wirtschaftspsychologie
Methoden und Theorien

Psychologie makroökonomischer Prozesse

Psychologie wirtschaftlicher Entwicklung
Psychologie der Industrialisierung, der
Entwicklungsländer, der Internalisierung
Psychologie entwickelter Gesellschaften
Psychologie des Wertewandels, der
Umweltproblematik, der Schattenwirtschaft, der
Arbeitslosigkeit
Psychologie monetärer Sachverhalte
Psychologie des Geldes, des Einkommens, der
Besteuerung, des Sparens

Psychologie mikroökonomischer Prozesse

Arbeits- und Berufspsychologie
Personal, Arbeitsgestaltung, Motivation,
Arbeitszufriedenheit, Belastung
Organisationale Gruppen, Macht, Konflikte,
Führung, Wandel von Organisationen
Markt- und Konsumpsychologie
Psychologie des Produkts, der Innovation, des
Preises, der Werbung, des Verkaufs
Käufermotivation, konsumrelevante Gewohnheiten,
Einstellungen, Gruppeneinflüsse, organisationales
Kaufverhalten

Das [vollständige Inhaltsverzeichnis](#) können Sie sich
als PDF-Datei herunterladen (mit Adobe Acrobat
Reader, neueste Version, zu öffnen).

Autoreninformation

Prof. em. Dr. Günter Wiswede lehrte Wirtschafts-
und Sozialpsychologie und war Direktor des
Instituts für Wirtschafts- und Sozialpsychologie der
Universität Köln.

Leseprobe

Eine [Leseprobe](#) können Sie sich als PDF-Datei
herunterladen (mit Adobe Acrobat Reader, neueste
Version, zu öffnen).