

《经济心理学》

图书基本信息

书名：《经济心理学》

13位ISBN编号：9787553640816

出版时间：2016-1

作者：庄锦英

页数：171

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《经济心理学》

内容概要

经济心理学

当经济衰退时，你选择储蓄还是投资？

为什么我们容易先入为主？

AA制是否真的公平？

为何大多是男性买单？

饥饿营销真的有用吗？

为何商家促销总是“买一送一”？

用一个一个分镜头呈现经济生活中的点滴，讲案例、叙道理，让你轻松了解许多经济行为背后深层次的心理原因。

《经济心理学》

作者简介

庄锦英，华东师范大学心理与认知科学学院副教授，2003年毕业于华东师范大学心理学系，获博士学位，同年留校任教。2008.9—2009.9在美国印第安纳大学布鲁明顿做访问学者。

书籍目录

01 投资心理学

散户投资策略——非理性股市与再认启发式

合作共赢——来自重复囚徒困境的答案

“鸡肋”之困——沉没成本效应

认真、刻板的“账房先生”——心理账户

赢者诅咒——过度自信的认知偏差

追号买彩票能中大奖吗？——赌徒谬误

02 恋爱、婚姻心理学

女性为美而狂——性选择理论

帅气男孩更易激发男性的风险行为——男性的性竞争策略

婚姻具有最佳收益吗？——择偶策略的性别差异

食指越短，越爱冒险——二四指比与风险寻求的关系

03 消费心理学

无效AA制中的合作行为——直觉中的合作精神

分期付款的陷阱——比率偏差效应

立即满足还是稍后享受——消费习惯与大脑特定区域的关系

为何大多是男性买单？——性别比例与经济行为

当大脑遇到金钱——损失厌恶

自欺的游戏——虚假确定效应

购物狂的秘密——购物成瘾

04 营销心理学

成功营销的秘密——镜像神经元的作用

来一份爆米花吧——纯粹接触效应

“山寨”诞生记——错误记忆的奥秘

微妙的商机——差别阈限

饥饿营销——延迟满足与动机理论

体验式营销——感觉剥夺实验的启示

为何商家促销总是“买一送一”？——经济行为中的框架效应

先入为主的判断——锚定与调整

神奇数字 7 ± 2 ——短时记忆容量

注意力经济——注意资源的有限性

财富多了，幸福却没了——边际效用递减

后记

《经济心理学》

精彩短评

- 1、行文方式真是令人蛋疼，理论加研究支持加一些相关性并不是很强的应用案例，越到后面越是不严谨。阉下感知广告还在争论中，文中就直接肯定了有效的。
- 2、作为一本科普经济领域的心理学知识的书，客观易懂，挺不错的
- 3、是一部很不错的科普书籍，通俗易懂，可读性强~`

《经济心理学》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com