

# 《经济心理学》

## 图书基本信息

书名：《经济心理学》

出版时间：2012-2

页数：190

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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《经济心理学》

## 内容概要

孙科炎、董晓孝所著的《经济心理学》是经济心理学最新研究成果的简明指导读本。全书共分八章，包括人性假设、预期、供给与需求心理、交换关系、成本收益、边际效用、刺激作用、博弈论等八个主题，这八个主题也是经济行为产生的内在机制和外在因素的重要体现，运用了心理学、社会学、经济学及文化人类学等几大学科领域的知识，可以说是对人类经济行为全方位的研究和分析。对个人培养正确、积极的经济行为，具有较强的指导意义。

《经济心理学》可供广大希望了解与掌握经济心理学的读者朋友阅读，也可供从事经济学教育及心理学培训的工作者参考。

# 《经济心理学》

## 作者简介

孙科炎

北京华通管理咨询公司总经理，企业经营管理、项目策划咨询实战派专家，对组织经营管理、企业群体行为等问题颇有研究，长期从事教育管理、工业生产管理、文化产业创意等多种项目的组织与策划。作者近十年来潜心研究管理学和心理学，出版相关著作十多部。

## 书籍目录

丛书序

前言

第一章触摸人性假设的灵魂——1

经济学理论的建立是以一定的假设条件为前提的。在对经济行为的分析中，假设条件根据所研究的问题不同而存在差异。但是，对人性的假设却是所有的经济学理论都具备的一个基本假设。

约束条件——像经济学家一样思考——2

理性经济人——天下攘攘皆为利往——4

有限理性——人是感情动物，理性是有限的——7

消费者偏好假设——产品好坏总是有感觉的——9

价值主观假设——我们的判断总是自以为是的——12

社会人假设——人是社会的，具有强烈的归属感——14

自我实现人——需求的最高层次是自我实现——16

复杂人假设——行为是复杂因素的综合结果——18

第二章世界如你所愿——21

在经济世界里，什么事情能让你开心？当然是得到你最想要的东西。而你最想要的东西往往真的能够得到，这正是预期理论的力量所在。

期望理论——真诚地期待，愿望就会实现——22

棘轮效应——为什么工资总是不上涨——24

乘数效应——微博为什么会那么火——27

光环效应——为什么街头到处是韩寒的凡客广告——30

节约悖论——勤俭节约，反而使人更穷——32

马太效应——富者越富，穷者越穷——34

作为效应——越有作为就越后悔——37

错觉思维——消费者高估了自己的判断力——39

非理性选择——感觉对了就选择——43

劣币驱逐良币——“逆淘汰”的恶性循环——46

第三章对天秤两端的衡量——49

你可以使一只鸚鵡成为经济学家，但前提是必须让它明白“供给”和“需求”。

——美国著名经济学家萨繆尔森

供需关系——需求越大，价格越高——50

虚荣心——为什么很多人对奢侈品情有独钟——52

吉芬商品——下雨天的雨伞为什么比较贵——54

供给的价格弹性——中国彩电行业的价格大战——57

需求的价格弹性——为什么谷贱会伤农——60

市场均衡——买卖是如何产生的——62

价格调节——一只“看不见的手”——65

价值悖论——因为稀缺，所以昂贵——68

通货膨胀——当“小五子”变成了“小六子”——70

有效需求——欲望与能力的完美结合——72

第四章人与人之间的商贸行为——75

商品与贸易，体现着人与人之间的交换关系。商品贸易的自由，让人们的生活更加丰富多彩。商贸交换使人与人之间得以互通有无，这本身就是一种创造价值的方式。

帕累托最优——货比三家，择其最优——76

比较优势——贸易，让生活更美好——78

# 《经济心理学》

贸易壁垒——商贸活动中的“绊脚石”	81
价值理论——价值越大，拥有越多的财富	83
完全竞争——马路经济，地摊文化	85
信息不对称——菜贱伤农，菜贵伤民	88
蓝海战略——需求的创造与竞争的突破	90
替代效应——可口可乐涨价了就喝百事可乐	92
第五章每个人都受到利益的驱使	95
每个人在权衡成本与收益时，都会考虑“投入”与“产出”之间的比值，最终选择使自己利益最大化的行为。	
成本效益原则——光感自动喷香机卖不过手喷空气清新剂	96
机会成本——选择鱼还是选择熊掌	98
短期成本——服装厂为何亏本还要继续生产	100
效率工资——高薪资，带来高效率	102
规模经济——1+1到底等于几	104
“二八”法则——什么是最佳投入产出比	106
长尾理论——无物不销，无时不售	109
情境效应——一元钱赚取最大收益	111
注意力经济——网球女王李娜的身价为何一路飙升	114
第六章探索人类幸福的钥匙	117
边际效用是经济学中的一个专有名词，它能够从人的欲望出发，探求人类追求幸福的动因，深入解析人们的经济行为。	
效用——理性人的行动目标	118
边际效用递减——不要每天为你的爱人送玫瑰	120
边际量——一个限度，一种权衡	124
边际决策——边际分析的最优决策	126
消费者均衡——把每一分钱都花在刀刃上	128
边际成本——腾讯为什么越来越强大	131
货币的边际效用——投入最小化，效用最大化	134
满意效用——让客户满意的服务	137
预算线——预算约束下的效用最大化	139
第七章人们第一时间的反应	145
无论多么理性的人，生活中都离不开两种心理的“调味料”，一种是“牛气”，另一种是“刺激”。对这两种感觉的追求，是人们挣钱和消费的主要动力。	
——摘自某知名经济学家的微博	
激励反应——激励创造动力	146
鲶鱼效应——中国金融业的及时雨	149
蝴蝶效应——次贷危机的连环效应	151
多米诺现象——“电荒”未消，“油荒”已至	154
消费者物价指数——今天你被CPI刺激了吗	156
免费的诱惑——非理性兴奋的起源	159
捆绑销售——为什么买N会送	161
价格策略——不要自以为赚了商家的便宜	164

# 《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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)