



NEU

Lioba Werth
Psychologie für die Wirtschaft
 Grundlagen und Anwendungen
 2004, 514 S., geb.
 € 39,95 / SFr 64,-
 ISBN 3-8274-1401-6

Lioba Werth

■ **Psychologie für die Wirtschaft**

"Fünfzig Prozent der Wirtschaft sind Psychologie" erkannte Ludwig Ehrhard, der erste Wirtschaftsminister der Bundesrepublik Deutschland. Dieses Buch lenkt den Blick auf psychologische Erkenntnisse und Befunde, die zum tieferen Verständnis des Wirtschaftsalltags beitragen. Meist gehen wir davon aus, dass wir im Berufsleben nach den Prämissen der Rationalität und Effizienz handeln. Doch unterliegen wir in unseren Entscheidungen, bei der Arbeit in Gruppen sowie in Befragungen vielfältigen psychologischen Einflüssen, die nichts mit rationalen Prinzipien zu tun haben und selbst wenn sie uns häufig nicht einmal bewusst sind, weitreichende Auswirkungen haben.

Dieses Lehrbuch bietet Studenten der Psychologie und Wirtschaftswissenschaften, aber auch Führungskräften, Trainern und anderen Personalfachleuten einen soliden und anregend zu lesenden Überblick der Anwendung sozialpsychologischer Grundlagenforschung zu Denken, Fühlen und Handeln im Wirtschaftskontext.

Zum Inhalt:

1. Entscheidungen
2. Die Psychologie der Kaufentscheidung
3. Beurteilung von Personen
4. Emotionen und Stimmungen
5. Motivation
6. Arbeit in Gruppen
7. Psychologische Aspekte standardisierter Befragungen

Lioba Werth ist Dozentin an der Universität Würzburg. Ihre Hauptforschungsinteressen gelten der Anwendung sozialpsychologischer Grundlagen auf die Wirtschaft, im speziellen den Themen Kreativität, Risiko und Entscheidungsfindung. Mit dem Ziel, wissenschaftliche Erkenntnisse für die wirtschaftliche Praxis nutzbar zu machen, gründete sie 1999 das Zentrum für Training und Weiterbildung (ZTW) und ist neben ihrer Forschungsarbeit als selbständige Trainerin und Beraterin im Personalentwicklungsbereich tätig. Im Jahre 2003 wurde sie mit dem Habilitationsförderpreis des Landes Bayern ausgezeichnet.



Ein höchst anregender Überblick der Anwendung sozialpsychologischer Grundlagenforschung zu *Denken, Fühlen und Handeln* im Wirtschaftskontext: Entscheidungen, Kaufentscheidungen, Personenbeurteilungen, Motivationsfaktoren, Arbeit in Gruppen u. v. m.

Bestellen können Sie

- telefonisch: 07071/935369
- per Fax: 07071/935393
- per Mail: bestellung@elsevier-deutschland.de



ELSEVIER
 SPEKTRUM
 AKADEMISCHER
 VERLAG

Statements

„Psychologie für die Wirtschaft“ (Werth, 2004)

Prof. Dr. Peter Bofinger

Universität Würzburg

„Mit ihrem Buch „Psychologie für die Wirtschaft“ bietet Lioba Werth eine didaktisch hervorragend aufbereitete Einführung in das faszinierende Grenzgebiet zwischen Ökonomie und Psychologie. Anhand geschickt gewählter Beispiele erfährt man, worauf es bei Kaufentscheidungen ankommt, wie Menschen im Alltagsleben beurteilt werden, wie wir mit unseren Gefühlen bei unserer Arbeit umgehen können, wie sich Mitarbeiter motivieren lassen und worauf bei Gruppenarbeit zu achten ist. Das Schöne daran: die Autorin hat ihre Theorie konsequent in die Praxis umgesetzt, so dass man als Leser vom Anfang bis zur letzten Seite des Buches hoch motiviert bleibt und mit der Kaufentscheidung am Ende höchst zufrieden ist.“

Prof. Dr. Margarete Boos

Universität Göttingen

„Aktuelle grundlagenwissenschaftliche Kenntnisse anwendungsorientiert und didaktisch sehr gut aufbereitet.“

Prof. Dr. Christian Homburg

Universität Mannheim

„Dieses Buch vermittelt auf sehr anschauliche Weise grundlegende psychologische Konzepte und Zusammenhänge, wie sie für jede Führungskraft in der Wirtschaft von Bedeutung sind. Besonders beeindruckend ist die Kombination aus wissenschaftlicher Fundierung und praxisorientierter, einfacher Darstellung. So etwas findet man ganz selten.“

Prof. Dr. Josef F. Krems

TU Chemnitz

„Bemerkenswert ist die Verzahnung wirtschaftsbezogener Entscheidungsvorgänge und der Grundlagenforschung im Bereich Urteilen und Entscheiden.“

Prof. Dr. Gerd Meier

Fachhochschule Lüneburg

„Die Autorin bietet einen guten Einblick in wichtige Themen der Wirtschaftspsychologie. Sie verdeutlicht, dass das menschliche Handeln sehr oft weniger durch Rationalität sondern durch psychologische Einflüsse bestimmt ist.“

Prof. Dr. Thea Stäudel

Hochschule Harz

„Gut gemacht, didaktisch aufbereitet, praxisbezogen, aktuell.“

Dr. Martin Scarabis

Universität Münster

„Lioba Werth gelingt in ihrem Buch „Psychologie für die Wirtschaft“ gekonnt der Spagat zwischen wissenschaftlicher Präzision und guter Lesbarkeit. Studierende erhalten so einen schönen Eindruck von der Nützlichkeit psychologischen Wissens für praktische Belange. Wegen der Anwendung auch neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse auf diverse wirtschaftlich relevante Fragen kann das Buch aber auch z.B. Personalverantwortlichen oder Marktforschern wertvolle Denkanstöße für ihre tägliche Arbeit liefern.“

Dipl.-Kfm. Dirk Wilmsmann

Universität Osnabrück

„Psychologische Erkenntnisse erfahren in den letzten Jahren zunehmend Berücksichtigung in betriebswirtschaftlichen Disziplinen. Das vorliegende Buch stellt vor diesem Hintergrund eine geeignete Einführung dar.“

Pressestimmen

„Psychologie für die Wirtschaft“ (Werth, 2004)

Psychologie heute

„Welche Auswirkungen haben Gefühle auf unsere Leistungsfähigkeit? Wie steht es um das Prinzip sozialer Bewährtheit nach dem Motto Was alle tun ist gut? Diese und andere Fragen beantwortet Lioba Werth in Ihrem Überblick der Anwendungen sozialpsychologischer Grundlagenforschung im Wirtschaftskontext. Sie stellt unter anderem die Psychologie der Kaufentscheidung, die Prozesse der Entscheidungsfindung und die Besonderheiten der Arbeit in Gruppen dar.“

PSYINDEX

Datenbank des ZPID

„Psychologische Grundlagen des Handelns im Wirtschaftskontext werden dargestellt. Gezeigt wird, aufgrund welcher kognitiv-psychologischer, sozialpsychologischer, motivationspsychologischer und emotionspsychologischer Mechanismen Kauf- und Investitionsentscheidungen getroffen und wirtschaftliche Produktionsprozesse beeinflusst werden. Ferner wird auf Fragen der wirtschaftspsychologischen Datenerhebung eingegangen.“

Main-Post

„(...) Die Autorin bietet einen Überblick über die Anwendung der sozialpsychologischen Grundlagenforschung auf das Denken, Fühlen und Handeln im Wirtschaftskontext. Zielgruppe des Buches sind Studierende der Wirtschaftswissenschaften und der Psychologie, aber auch Führungskräfte und Personalfachleute. (...)“

Fraunhofer IPA

Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung

„Ein spannendes Buch, denn das Lesen führt unweigerlich dazu das eigene "Ich" in der Rolle des Entscheiders, eines Käufers, einer Führungskraft, eines Befragten und letztlich eines Mit-Menschen sowohl im Wirtschaftsleben als auch im "Leben an sich" mit Hilfe der Psychologie plausibel zu entdecken. Insbesondere das Verknüpfen von psychologischem Wissen mit realen Prozessen im Alltag eines Wirtschaftsunternehmens, das treffliche Interpretieren und Aufzeigen von Konsequenzen hilft, sich zukünftig "werth"-voller verhalten zu können.“