

Mente Mercati Decisioni

Il mondo è irrazionale. Noi siamo irrazionali: lo sappiamo, eppure ce ne dimentichiamo. Soprattutto quando dovremmo fare la scelta più vantaggiosa per il nostro portafoglio, il lavoro, il nostro paese e il pianeta. In questo libro ti svelerò gli automatismi, i pregiudizi e gli errori di ragionamento che più influenzano il modo in cui prendiamo le decisioni. Ma soprattutto ti mostrerò come usarli a tuo vantaggio, per elaborare dei nudge, "strategie gentili" capaci di rendere semplici scelte complesse. Ti accompagnerò in giro per il mondo alla scoperta di ricerche, studi ed esperimenti, presentati in modo tale da permetterti sia di fare tua una teoria altrimenti poco accessibile sia di applicarla in tempo reale. Avrai così modo di capire come elaborare le tue strategie per rendere l'ambiente di lavoro più inclusivo, performante e sano, come ridurre i consumi di energia e acqua e alleggerire la bolletta domestica, e ancora come favorire lo spirito di squadra, ridurre l'abuso di terapie e farmaci, mangiare meglio senza fatica e smaltire con criterio i rifiuti.

364.188

Decisioni di marketing e problem solving. Tecniche decisionali per gestire il cambiamento e risolvere i problemi di mercato

Monografie

in ricordo di Gerardo Santini

La cultura economica nei processi formativi

*Dizionario universale ossia repertorio ragionato di giurisprudenza e questioni di diritto

La responsabilità civile nel diritto dei mercati finanziari

Conoscere i desideri delle persone e gli aspetti che influenzano le loro decisioni d'acquisto è la chiave di volta per il successo di ogni progetto di marketing. Ma come fare a entrare nelle menti e nei cuori dei consumatori? La risposta si chiama Neuromarketing applicato. Grazie a questo manuale apprenderete le principali nozioni della neurobiologia del desiderio, scoprirete il ruolo fondamentale della dopamina e l'importanza dell'irrazionalità nelle decisioni umane. Comprimerete il concetto di ricompensa e la sua capacità di far aumentare il desiderio di acquisto: il processo decisionale e le emozioni non avranno più segreti per voi e saprete come utilizzare gli strumenti per misurare tutto questo. Sarete, infine, in grado di prevedere il successo di una strategia di

marketing e comunicazione per il lancio di un nuovo prodotto, servizio o campagna marketing.

Disoccupazione nei sistemi economici avanzati. Globalizzazione economica come reazione alla rigidità dei mercati nazionali. Pax democratica come presupposto alla pacifica integrazione degli Stati nel mercato globale.

La guida del Sole 24 Ore al trading di borsa

7

Inflazione e interrelazioni tra mercati

Come è possibile un'economia della moneta unica

Dai modelli di base alle visioni di frontiera

Un approccio scientifico al marketing del futuro

Understanding Institutions proposes a new unified theory of social institutions that combines the best insights of philosophers and social scientists who have written on this topic. Francesco Guala presents a theory that combines the features of three influential views of institutions: as equilibria of strategic games, as regulative rules, and as constitutive rules. Guala explains key institutions like money, private property, and marriage, and develops a much-needed unification of equilibrium- and rules-based approaches. Although he uses game theory concepts, the theory is presented in a simple, clear style that is accessible to a wide audience of scholars working in different fields. Outlining and discussing various implications of the unified theory, Guala addresses venerable issues such as reflexivity, realism, Verstehen, and fallibilism in the social sciences. He also critically analyses the theory of "looping effects" and "interactive kinds" defended by Ian Hacking, and asks whether it is possible to draw a demarcation between social and natural science using the criteria of causal and ontological dependence. Focusing on current debates about the definition of marriage, Guala shows how these abstract philosophical issues have important practical and political consequences. Moving beyond specific cases to general models and principles, Understanding Institutions offers new perspectives on what institutions are, how they work, and what they can do for us.

Mente Mercati Decisioni EGEA spa

La filosofia della scienza in Italia

Decisioni delle Gran Corti civili in materia di diritto

Dizionario universale ossia repertorio ragionato di giurisprudenza e questioni di diritto

Globalizzazione e governo delle relazioni tra i popoli

Decisioni del foro toscano, inedite dall'anno..

La costruzione del mercato delle telecomunicazioni fisse e mobili. Atti del Convegno (Napoli, 22-23 marzo 2004)

Un quarto dell'energia consumata in Europa proviene dal gas: una fonte in continuo sviluppo negli ultimi decenni, sia per gli usi domestici e industriali sia, soprattutto, per la generazione di elettricità. L'energia non è solo una questione economica, ma anche politica. Tutti i governi nazionali sono infatti impegnati nel garantire

che un'interruzione delle forniture non si traduca in vasti danni economici e sociali. In Europa questo è vero in particolare per il gas naturale, che richiede migliaia di chilometri di tubature e miliardi di euro di investimenti per raggiungere i consumatori. Gestire le relazioni con i paesi fornitori e con quelli di transito rappresenta dunque una priorità in grado di influenzare profondamente e per decenni la politica estera dei principali stati europei. Il libro ricostruisce la portata e i potenziali sviluppi delle relazioni che riguardano l'Italia, l'Europa e i loro partner energetici.

Il volume analizza in modo completo e approfondito la disciplina della concorrenza e quella relativa alla tutela del consumatore. L'originalità del volume è data dal fatto che sono ricondotti ad una visione unitaria temi che per lungo tempo sono stati affrontati con diversa incisività dal legislatore: la tutela della concorrenza e la tutela dei consumatori, riuniti finalmente all'interno dell'universo 'mercato' in cui operano le imprese e i cittadini consumatori. La prima parte del volume è dedicata alla concorrenza: dopo un'introduzione di carattere generale, ci si sofferma sui temi di maggior interesse, in particolare su diritto industriale e imprese (i comportamenti anticompetitivi; le concentrazioni; i servizi di interesse economico generale), sulla concorrenza sleale nell'ambito nazionale e comunitario e, infine, vengono analizzate le fattispecie riguardanti lo stato e le procedure applicative: controllo dei giudici, analisi economica, rapporti con le altre Authorities, programmi di Compliance. La seconda parte sui consumatori propone un'esposizione sistematica e sintetica del diritto dei consumatori, che, oltre a una dettagliata illustrazione delle fonti e delle materie tipiche, comprende una trattazione specifica della responsabilità del produttore, della trasparenza bancaria e della tutela dei risparmiatori nei contratti con gli intermediari finanziari. Non ultime le tematiche delle garanzie e del commercio elettronico ed una analisi dettagliata dei profili penalistici. L'inquadramento sistematico della materia, l'impostazione dei temi, l'elaborazione critica, l'apparato di note offrono un quadro di spunti, riflessioni e riferimenti indispensabili per la pratica quotidiana.

Giornale delle udienze della corte di cassazione e delle corti reali, ovvero giurisprudenza generale di Francia in materia civile, commerciale, criminale, ed amministrativa

Bibliografia nazionale italiana

Imprese e industria finanziaria nel processo di globalizzazione

Nudge revolution. La strategia per rendere semplici scelte complesse

Behavioural law and economics. Problemi di policy, assetti normativi e di vigilanza

Understanding Institutions

La filosofia della scienza ha da sempre avuto il compito di gettare un ponte tra la cultura scientifica e la cultura umanistica. Tuttavia, negli ultimi decenni si è notato un fenomeno che non si concilia facilmente con il compito che le viene attribuito. Ci riferiamo alla sua crescente frammentazione. Il libro vuole fare il punto della situazione grazie agli interventi di oltre quindici filosofi della scienza italiani che hanno svolto ricerche specialistiche nei più svariati campi scientifici.

La superiore capacità di analizzare e soddisfare il consumatore è alla base del vantaggio concorrenziale dell'impresa e alimenta pertanto il processo di creazione di valore economico. Il confronto competitivo si esercita infatti sul terreno delle preferenze della domanda che, con le proprie scelte, determina l'esito delle strategie di mercato. Alla luce di tale centralità, il volume approfondisce il processo decisionale sottostante alle attività di acquisto e di utilizzo di beni e servizi. La prospettiva di analisi adottata è quella del marketing d'impresa; in particolare, fra i molteplici contributi delle discipline interessate allo studio del consumatore sono stati selezionati quelli più utili a favorire l'analisi e la misurazione del valore percepito nelle offerte in concorrenza (dal quale dipendono le scelte del consumatore) e della soddisfazione del consumatore (dalla quale dipendono la fiducia relazionale e l'ampiezza e la qualità della base clienti). Nel capitolo conclusivo il libro propone una serie di problemi di scelta e di esercizi utili per verificare l'apprendimento e apprezzare le potenzialità applicative degli strumenti di analisi e di misurazione proposti. Più in dettaglio, i problemi di scelta esemplificano alcune tipiche «trappole» cognitive che ostacolano l'assunzione di decisioni razionali. Gli esercizi affrontano invece problematiche aziendali reali, connesse alla gestione del valore per il consumatore e alla customer satisfaction.

Indice alfabetico generale e ragionato delle materie contenute nel repertorio di giurisprudenza e questioni di diritto coll'indicazione dei luoghi analoghi dei recenti codici italiani

I servizi del mercato finanziario

Dizionario universale ossia repertorio ragionato di giurisprudenza e questioni di diritto. Versione italiana di una società di avvocati fatta sotto la direzione di Filippo Carillo

La strategia aziendale nei mercati complessi. Dai modelli di base alle visioni di frontiera

Mercati sotto assedio. Cartelli, politiche e benessere sociale

Mente mercati decisioni. Introduzione all'economia cognitiva e sperimentale

100.737

È tanta la pubblicistica sull'euro, ma pochi i contributi sistematici che rispondono a quattro apparenti semplici domande: che cos'è, come funziona (o non funziona), che cosa è successo, che cosa potrebbe succedere. Quattro punti cardinali per orientarsi in modo chiaro e oggettivo. A leggere fatti e misfatti di questi anni, luci e ombre si susseguono. La crisi della Zona euro ha fatto vacillare i tre principi alla base dell'unione monetaria: la BCE non può monetizzare i defi cit dei paesi appartenenti all'euro; uno stato in crisi non può essere salvato dagli altri; uno stato sovrano non può fallire. La

risposta alla crisi è stata una ricerca per tentativi ed errori di un equilibrio tra solidarietà europea e responsabilità a livello nazionale. Ma questo ha provocato serie tensioni politiche. Che fare? Completare l'assetto istituzionale dell'unione monetaria – come sostengono Giavazzi e Rho, che hanno curato l'edizione italiana arricchendola con un saggio introduttivo – non è il problema più complicato. Il problema davvero difficile è un altro: come cancellare gli squilibri che in quindici anni si sono creati all'interno dell'unione monetaria.

Giornale degli economisti e annali di economia

8

The Science and Philosophy of Living Together

The Methodology of Experimental Economics

Sicurezza energetica europea e relazioni internazionali

Neuromarketing applicato

In un contesto fortemente competitivo, in cui la relazione commerciale è un elemento critico, sapere quali soluzioni e comportamenti sono più funzionali per il successo della vendita diventa strategico. Dall'inizio degli anni Duemila, lo sviluppo di potenti strumenti di indagine sul cervello e le neuroscienze hanno reso possibile scoprirli: oggi, infatti, sappiamo come vengono prese le decisioni e, di conseguenza, possiamo applicare queste fondamentali conoscenze alle relazioni commerciali. Con il neuroselling – quella disciplina che considera centrali, nei processi di vendita, le funzioni del cervello e il rapporto della mente umana con emozioni e scelte – tutti i venditori potranno diventare dunque più efficaci ed efficienti, aumentando le vendite e mandando in soffitta conoscenze obsolete che non servono più a nulla.

Nel campo dell'analisi tecnica si è recentemente verificata una profonda separazione tra analisi tecnica discrezionale, spesso di tipo grafico - definita "classica" - e quella parte di analisi tecnica che utilizza strumenti più affini alla econometria, comunemente definita "moderna". Tale diverso approccio ha prodotto una nuova generazione di metodologie, semplici ma efficaci, per la previsione dei prezzi di Borsa che si diffondono sempre più non solo tra gli investitori istituzionali e privati ma anche tra le aziende per la copertura del rischio di cambio, la gestione della tesoreria, la copertura dalle fluttuazioni avverse delle materie prime. Questo testo offre le metodologie all'avanguardia nel trading di Borsa. Con l'aggiunta di un capitolo del tutto nuovo in questa ultima edizione su come superare la crisi del 2008 attraverso l'adeguamento periodico dei modelli di trading. Uno strumento straordinario e unico per tutti coloro che hanno la necessità di prendere decisioni operative sui mercati finanziari e vogliono affidarsi a metodologie operative di provato successo. In questa nuova edizione: come superare la crisi attraverso l'adeguamento periodico dei modelli di trading..

Valore percepito e soddisfazione

Una politica a tutto gas

Come funzionano i mercati. Squilibrio, imprenditorialità e scoperta

Rassegna mensile dei mercati

Decisioni del foro toscano inedite dall'anno 1815, all'anno 1819

Concorrenza, mercato e diritto dei consumatori

The experimental approach in economics is a driving force behind some of the most exciting developments in the field. The 'experimental revolution' was based on a series of bold philosophical premises which have remained until now mostly unexplored. This book provides the first comprehensive analysis and critical discussion of the methodology of experimental economics, written by a philosopher of science with expertise in the field. It outlines the fundamental principles of experimental inference in order to investigate their power, scope and limitations. The author demonstrates that experimental economists have a lot to gain by discussing openly the philosophical principles that guide their work, and that philosophers of science have a lot to learn from their ingenious techniques devised by experimenters in order to tackle difficult scientific problems.

Le decisioni economiche non hanno solo a che fare con il denaro. Riguardano anche il rimpianto, l'invidia, l'onore e – mai come negli ultimi tempi – la paura e la mancanza di fiducia.

L'economia cognitiva e sperimentale studia le deviazioni dalla razionalità neoclassica – un rovesciamento intellettuale che consente di ottenere teorie a partire dall'evidenza empirica.

Gli esseri umani hanno un cervello razionante, ma anche fallibile e sistematicamente condizionato da automatismi ancestrali e contesti sociali.

Il contributo delle neuroscienze alle tecniche di vendita

Le decisioni del consumatore

Problemi di policy, assetti normativi e di vigilanza

Concorrenza e mercato. Rassegna degli orientamenti dell'autorità garante (2005-2006)

Neuroselling

o sia Collezione delle decisioni del Supremo consiglio di giustizia e delle regie ruote civili di Toscana