

1. Record Nr.	UNINA9910484781103321
Autore	Simon Jürgen
Titolo	Auswirkungen von Gruppenbildung und Kommunikation auf ambigue Entscheidungen // von Jürgen Simon
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-18694-1
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XVII, 195 S. 2 Abb.)
Disciplina	658.4036
Soggetti	Economics - Psychological aspects Economics Operations research Decision making Behavioral/Experimental Economics Economic Theory/Quantitative Economics/Mathematical Methods Operations Research/Decision Theory
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Entscheidungsverhalten bei Ambiguität -- Die Entwicklung der subjektiven Erwartungsnutzentheorie -- Aktieninvestition als lebensnahe ambigue Entscheidung -- Sozialer Einfluss durch Gruppenbildung und Kommunikation auf ambigue Entscheidungen.  Jürgen Simon untersucht, wie Ergebnisse ambiguer Entscheidungen durch Gruppenentscheidungen und Kommunikation beeinflusst werden. Eine Analyse der Kommunikationsinhalte gibt überdies Indizien für das beobachtete Verhalten und die Einflüsse. Ausgehend von Ellsberg (1961) wurde die beobachtbare Aversion für unbekannte Wahrscheinlichkeiten in der Literatur unter dem Begriff der Ambiguitätsaversion vielfach diskutiert und empirisch nachgewiesen. Die Datengrundlage für die Untersuchung bildet eine durchgeführte Untersuchung mit 219 Teilnehmern. Es zeigte sich unter anderem, dass eine Gruppenentscheidung nach Kommunikation ambiguitätsaffiner ausfällt. Dabei kann ein ähnliches Ergebnis bei Individualentscheidungen beobachtet werden, wenn eine
Sommario/riassunto	

gruppenkohäsionsfördernde Kommunikation beobachtet wird. Der Inhalt • Entscheidungsverhalten bei Ambiguität • Die Entwicklung der subjektiven Erwartungsnutzentheorie • Aktieninvestition als lebensnahe ambigue Entscheidung • Sozialer Einfluss durch Gruppenbildung und Kommunikation auf ambigue Entscheidungen Die Zielgruppen • Dozierende und Studierende im Fachgebiet Entscheidungstheorie • Praktikerinnen und Praktiker in den Bereichen Unternehmensführung und Organisation Der Autor Dr. Jürgen Simon studierte Wirtschaftswissenschaften (Dipl. oec.) an der Universität Hohenheim und war anschließend als Unternehmensberater tätig. Er promovierte im Jahr 2017 bei Prof. Dr. Hagen Lindstädt am Institut für Unternehmensführung des Karlsruher Instituts für Technologie.

---