



VIII, 178 S.

**Printed book**

Softcover

<sup>[1]</sup>59,99 € (D) | 61,68 € (A) | CHF 66,50**eBook**<sup>[2]</sup>38,66 € (D) | 38,66 € (A) | CHF 43,82Available from your library or [springer.com/shop](http://springer.com/shop)

Doris Ostruska

# Systemdynamik nichtlinearer Marktreaktionsmodelle

Series: Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge

Bei der Behandlung dynamischer Systeme stellt sich dem Modellbilder immer das Problem einer adäquaten Modellformulierung. Soll das Modell in stetiger oder diskreter Zeit formuliert werden? Liegen dem Modell lineare oder nichtlineare Zusammenhänge zugrunde? Sind realitätsnahe Modelle im weiteren dann auch noch handhabbar? Herkömmliche ökonomische Modelle gehen von rationalen regulären Verhaltensmustern der Individuen aus, was zur Darstellung ökonomischer Zusammenhänge durch lineare Relationen führt. Alle in der Realität auftretenden Abweichungen von diesen Grundprinzipien werden als Paradoxa angesehen. Sobald nichtlineare Zusammenhänge unterstellt werden, können jedoch zyklische und chaotische Verhaltensmuster auftreten. Wurden bedingt durch das allgemein wachsende Interesse an der Chaostheorie grundsätzlich Fragen über adäquate Modellformulierungen in der Makroökonomie neu gestellt, und wurde die Chaostheorie bereits auf einige makroökonomische Fragestellungen angewendet, so existieren noch kaum mikroökonomische Anwendungsbeispiele. Doch gerade bei der Modellierung von Wahl- oder Käuferverhalten treten immer wieder Phänomene auf, denen lineare Modelle nicht gerecht werden. Die Fragestellung, die diesem Buch zugrundeliegt, ist, auf welche Weise herkömmliche Marktreaktionsmodelle erweitert werden können, um Effekte wie soziale Interaktion einzelner Individuen oder zeitverzögerte Käuferreaktionen auf Werbemaßnahmen darzustellen, und welche Auswirkungen diese Modellierungen auf die Systemdynamik der Verhaltensmuster haben. Nach einem kurzen Überblick über die Theorie nichtlinearer dynamischer Systeme wird gezeigt, wie die hierbei erhaltenen Erkenntnisse auf Marktreaktionsmodelle angewendet werden können. Zahlreiche Abbildungen veranschaulichen die Ergebnisse und erleichtern das Verständnis.

Order online at [springer.com](http://springer.com) / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: [customerservice@springernature.com](mailto:customerservice@springernature.com). / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: [customerservice@springernature.com](mailto:customerservice@springernature.com).

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

