

### Misbehaving: La Nascita Dell'economia Comportamentale (Einaudi Passaggi)

*Se comprare o meno il biglietto del treno, se andare o meno a un concerto, se tenersi il proprio lavoro o lasciarlo per inseguire la propria passione. E ancora, per chi votare, se vaccinare o meno i propri fi gli, se perdonare o meno la persona amata. La nostra vita è composta dalle scelte che facciamo, scelte piccole o grandi, scelte che determinano chi siamo e orientano il nostro futuro. Scelte che, nella maggioranza dei casi, sono sbagliate. La nostra mente, infatti, ci inganna in continuazione, facendoci apparire del tutto razionali e scontate decisioni basate su trappole, scorciatoie, bias cognitivi e pregiudizi: il nostro processo decisionale ci apparirà sempre semplice e lineare, quando invece scegliere tra due tipi di pasta al supermercato può essere complesso quanto mandare un astronauta in orbita.Sara Garofalo, psicologa e ricercatrice, invita il lettore a mettersi alla prova: ognuno dei capitoli di questo libro contiene test, indovinelli ed esercizi in cui si è chiamati a prendere delle decisioni apparentemente semplici e scontate, ma che in realtà mettono in luce i nostri errori e ci aiutano a capire come funziona il nostro cervello. Un libro che aiuta a imparare dagli errori e insegna ad azzeccare la prossima scelta.*

**RICHARD H. THALER: WINNER OF THE 2017 NOBEL PRIZE IN ECONOMICS** Shortlisted for the Financial Times and McKinsey Business Book of the Year Award **ECONOMIST**, **FINANCIAL TIMES** and **EVENING STANDARD** books of the year From the renowned and entertaining behavioural economist and co-author of the seminal work *Nudge*, Misbehaving is an irreverent and enlightening look into human foibles. Traditional economics assumes that rational forces shape everything. Behavioural economics knows better. Richard Thaler has spent his career studying the notion that humans are central to the economy – and that we’re error-prone individuals, not Spock-like automatons. Now behavioural economics is hugely influential, changing the way we think not just about money, but about ourselves, our world and all kinds of everyday decisions. Whether buying an alarm clock, selling football tickets, or applying for a mortgage, we all succumb to biases and make decisions that deviate from the standards of rationality assumed by economists. In other words, we misbehave. Dismissed at first by economists as an amusing sideshow, the study of human miscalculations and their effects on markets now drives efforts to make better decisions in our lives, our businesses, and our governments. Coupling recent discoveries in human psychology with a practical understanding of incentives and market behaviour, Thaler enlightens readers about how to make smarter decisions in an increasingly mystifying world. He reveals how behavioural economic analysis opens up new ways to look at everything from household finance to assigning faculty offices in a new building, to TV quiz shows, sports transfer seasons, and businesses like Uber. When economics meets psychology, the implications for individuals, managers and policy makers are both profound and entertaining.

A few words will suffice to justify the preparation of an introduction to English readers of Joseph de la Vega and 's *Confusion de Confusiones*. His book is the first that describes the practices of any stock exchange; it makes evident a high development of practices, with puts, calls, pools, and manipulations; and it appeared as early as the seventeenth century. Not inappropriately the stock exchange described is that of Amsterdam, a city which at the date of the volume and 's publication – 1688 – was still the leading financial center of the world. The book, to be sure, is hardly a systematic account of the institution; the author pursued moral, philosophical, and rhetorical objectives, and, while saying a lot that seems now to be of little value, manages somehow to leave unsaid a great deal that would be of interest for us. Nevertheless, it represents, even in its peculiar form, a really important source of information about the stock exchange, and indeed about the Dutch business world of that period.

What artificial intelligence can tell us about the mind and intelligent behavior.

Why Some Nations are Rich But Most Remain Poor

Perché facciamo sempre le scelte sbagliate in amore, sul lavoro e nella vita quotidiana

Come coltivare i progetti rivoluzionari, ma sottovalutati, che vincono guerre, curano malattie e trasformano i mercati

Sbagliando non si impara

La tenaglia magistrati-economisti sui cittadini

Selling with Emotional Intelligence

Dentro la mente del migliore investitore al mondo

The Persuasion Code Capture, convince, and close—scientifically Most of your attempts to persuade are doomed to fail because the brains of your audience automatically reject messages that disrupt their attention. This book makes the complex science of persuasion simple. Learn to develop better marketing and sales messages based on a scientific model; NeuroMap™. Regardless of your level of expertise in marketing, neuromarketing, neuroscience or psychology: The Persuasion Code: How Neuromarketing Can Help You Persuade Anyone, Anywhere, Anytime will make your personal and business lives more successful by unveiling a credible and practical approach towards creating a breakthrough persuasion strategy. This book will satisfy your interest in neuromarketing, scientific persuasion, sales, advertising effectiveness, website conversion, marketing strategy and sales presentations. It'll teach you the value of the award-winning persuasion model NeuroMapTM : the only model based on the science of how your customers use their brain to make any decision including a buying decision. You will appreciate why this scientific approach has helped hundreds of companies and thousands of executives achieve remarkable results. Written by the founders of SalesBrain who pioneered the field of neuromarketing SalesBrain has trained more than 100,000 executives worldwide including over 15,000 CEO Includes guidance for creating your own neuromarketing plan Advance your business or career by creating persuasive messages based on the working principle of the brain.

The European Union and the single currency have given Europe more stability than it has known in the past thousand years, yet Europe seems to be in perpetual crisis about its global role. The many European empires are now reduced to a multiplicity of ethnicities, traditions, and civilizations. Europe will never be One, but to survive as a union it will have to become a federation of “islands” both distinct and connected. Though drawing on philosophers of Europe’s past, Cacciari calls not to resist Europe’s sunset but to embrace it. Europe will have to open up to the possibility that in few generations new exiles and an unpredictable cultural hybridism will again change all we know about the European legacy. Though scarcely alive in today’s politics, the political unity of Europe is still a necessity, however impossible it seems to achieve. Da secoli la fiducia nell’autorità e nel prossimo è un decisivo collante sociale e il funzionamento dellasocietà si basa sul fidarsi l’un l’altro degli esseri umani: guardiamo con sospetto il politico (disonesto?), il banchiere (ladro?) e lo scienziato (ciarlatano?), ma alla fine votiamo, investiamo, prendiamo le medicine. Ma nell’epoca dell’infodemia, della pseudoscienza social e delle fake news, com’è possibile fidarsi? E di chi? Con la rabbia prima e il distanziamento sociale poi,anche il prossimo è un untore, un estraneo di cui diffidare. Antonio Sgobba ricostruisce la storia e la filosofia della fiducia nel passato e ne descrive il mutamento, per capire cosa ne sarà in futuro: come combineremo legittimo sospetto e autorità? Di chi ci potremo fidare per distinguere informazioni accurate e bufale? Torneremo mai ad aver fiducia nel prossimo?

INSTANT NEW YORK TIMES BESTSELLER “One of the most important books I’ve ever read—an indispensable guide to thinking clearly about the world.” – Bill Gates “Hans Rosling tells the story of ‘the secret silent miracle of human progress’ as only he can. But Factfulness does much more than that. It also explains why progress is so often secret and silent and teaches readers how to see it clearly.” —Melinda Gates “Factfulness by Hans Rosling, an outstanding international public health expert, is a hopeful book about the potential for human progress when we work off facts rather than our inherent biases.” - Former U.S. President Barack Obama Factfulness: The stress-reducing habit of only carrying opinions for which you have strong supporting facts. When asked simple questions about global trends—what percentage of the world’s population live in poverty; why the world’s population is increasing; how many girls finish school—we systematically get the answers wrong. So wrong that a chimpanzee choosing answers at random will consistently outguess teachers, journalists, Nobel laureates, and investment bankers. In Factfulness, Professor of International Health and global TED phenomenon Hans Rosling, together with his two long-time collaborators, Anna and Ola, offers a radical new explanation of why this happens. They reveal the ten instincts that distort our perspective—from our tendency to divide the world into two camps (usually some version of us and them) to the way we consume media (where fear rules) to how we perceive progress (believing that most things are getting worse). Our problem is that we don’t know what we don’t know, and even our guesses are informed by unconscious and predictable biases. It turns out that the world, for all its imperfections, is in a much better state than we might think. That doesn’t mean there aren’t real concerns. But when we worry about everything all the time instead of embracing a worldview based on facts, we can lose our ability to focus on the things that threaten us most. Inspiring and revelatory, filled with lively anecdotes and moving stories, Factfulness is an urgent and essential book that will change the way you see the world and empower you to respond to the crises and opportunities of the future. --- “This book is my last battle in my life-long mission to fight devastating ignorance...Previously I armed myself with huge data sets, eye-opening software, an energetic learning style and a Swedish bayonet for sword-swallowing. It wasn’t enough. But I hope this book will be.” Hans Rosling, February 2017.

Paradoxes and Anomalies of Economic Life

Effective relationship building

Europe and Empire

Quasi Rational Economics

Economics and Psychology

On the Political Forms of Globalization

Most Underappreciated

***I media digitali e i social network, in questi anni, hanno concorso a intensificare le comunicazioni. Per un verso, queste piattaforme sembrano realizzare una liberalizzazione dei processi informativi, per l’altro, possono diventare l’habitat più congeniale alla diffusione delle fake news e/o fungere da volano all’hate speech. Coniugando l’analisi teorico-giuridica con la disamina della normativa, il volume costituisce un utile strumento per chiunque voglia approcciarsi allo studio di tali fenomeni.***

***A Course in Behavioral Economics is a concise and reader-friendly introduction to one of the most influential areas of economics today. Covering all core areas of the subject, the book requires no advanced mathematics and is full of examples, exercises, and problems drawn from the fields of economics, management, marketing, political science, and public policy, among others. It is an ideal first textbook for students coming to behavioral economics from a wide range of disciplines, and would also appeal to the general reader looking for a thorough and readable introduction to the subject. Available to lecturers: access to an Instructor’s Manual at [www.palgrave.com/economics/angner](http://www.palgrave.com/economics/angner), containing a sample syllabus, instructor guide, sample handouts and examinations, and PowerPoint slides.***

***Neurobiological research helps explain the experience of motherhood. This book, the exciting collaboration of a developmental psychoanalyst at the forefront of functional magnetic resonance attachment research and a leading neurobiological researcher on mirror neurons, presents a fresh and innovative look at intersubjectivity from a neurobiological and developmental perspective. Grounding their analysis of intersubjectivity in the newest advances from developmental neuroscience, modern attachment theory, and relational psychoanalysis, Massimo Ammaniti and Vittorio Gallese illustrate how brain development changes simultaneously with relationally induced alterations in the subjectivities of both mother and infant. Ammaniti and Gallese combine extensive current interdisciplinary research with in-depth clinical interviews that highlight the expectant mother’s changing subjective states and the various typologies of maternal representations. Building on Gallese’s seminal work with mirror neurons and embodied simulation theory, the authors construct a model of intersubjectivity that stresses not symbolic representations but interscorporeality from a second-person perspective. Charting the prenatal and perinatal events that serve as the neurobiological foundation for postnatal reciprocal affective communications, they conclude with direct clinical applications of early assessments and interventions, including interventions with pregnant mothers. This volume is essential for clinicians specializing in attachment disorders and relational trauma, child psychotherapists, infant mental health workers, pediatricians, psychoanalysts, and developmental researchers. It combines fascinating new information and illustrative clinical experience to illustrate the early intersubjective origins of our own and our patients’ internal worlds.***

***Devono le leggi economiche dominare i rapporti sociali? Nell’ambito di questo dilemma, nella ricerca di un equilibrio, si muove il presente lavoro. Due sono i pilastri su cui esso si fonda: argomenti e temi giuridici da un lato, che, però, hanno anche un impatto economico, e, dall’altro, la pretesa di egemonia del dato economico su ogni altro valore. Pretesa molte volte ammantata di scientificità, che travolge i rapporti reciproci, influenza il caos delle stesse pronunce giudiziali e il caos normativo, rendendo incerto il destino delle persone. “Per aver paura dei magistrati non bisogna essere necessariamente colpevoli (ma anche con gli economisti non si scherza)” ironizza l’autore, e in questo importante saggio, per contenuti e dimensioni, con garbo e autorevolezza ci spiega chiaramente il perché. Francesco Felis è nato ad Albenga (SV) nel 1957. Vive a Genova dal 1967, dove si è laureato in Giurisprudenza con 110 e lode nel 1982. È notaio dal 1988.***

***Autore di molteplici pubblicazioni, giuridiche e non, è intervenuto a diversi convegni giuridici e politici.***

***50 Prominent Social Psychologists Describe Their Most Unloved Work***

***The Perils of Perception***

***Advances in Behavioral Finance***

***Alzheimer’s Disease***

***Why We’re Wrong About Nearly Everything***

***Sessantotto pedagogico***

***Informazione, social network & diritto***

*Ci stiamo ormai abituando a sopravvivere in un contesto di difficoltà permanente: ambientale, economica, finanziaria e anche sanitaria. Crisi di ogni tipo si susseguono senza sosta. Questo accade perché il modello - sociale, economico, culturale - è degenerato, diventando incontrollabile. Un circolo vizioso collega la speculazione finanziaria alla mancanza di lavoro, i problemi economici ai disastri climatici, l'inquinamento alla diffusione di malattie ed epidemie. A causare tutto questo è la crisi dei valori dell'ultimo capitalismo. L'etica dell'efficienza produttiva e finanziaria, che ha determinato decenni di crescita economica e ha consentito l'accesso alla conoscenza e allo sviluppo sociale per larghe fasce della popolazione, non è più in grado di svolgere la sua funzione. Questo modello nel corso del tempo ha tolto centralità all'uomo, sostituendolo con il denaro e poi con le tecnologie. L'unica via d'uscita è rifondare la società su basi etiche diverse: non è possibile rimanere sani in un mondo malato.*

*Cosa può dirci un bicchier d’acqua sulla natura dell’uomo e sulla storia del mondo? Molto più di quanto si potrebbe sospettare, ci insegna Safi Bahcall. Infatti, il modo in cui un gruppo omogeneo di persone reagisce alle idee più rivoluzionarie, abbracciandole con entusiasmo o bollandole come folli e irrealizzabili, dipende dalla sua struttura, proprio come la struttura delle molecole di H2O determina se nel nostro bicchiere troveremo acqua dissetante o un blocco di ghiaccio. Prendendo spunto dalla scienza delle transizioni di fase della materia, Idee folli ci guida alla scoperta di come nascono le idee rivoluzionarie che hanno plasmato il mondo che conosciamo, del modo migliore per proteggerle e coltivarle, raggiungendo il delicato equilibrio fra la flessibilità dell’inventore e del ricercatore e la rigidità di chi si occupa di renderle realizzabili, replicabili e riproducibili in serie.*

*The New York Times Bestseller named one of the "Most Important Books of 2016" by Inc, and a Forbes 2016 "Must Read Business Book" "If you love 'Bones' and 'CSI', this book is your kind of candy' Paco Underhill, author of Why We Buy 'Martin's best book to date. A personal, intuitive, powerful way to look at making an impact with your work' Seth Godin, author of Purple Cow Martin Lindstrom, one of Time Magazine's 100 Most Influential People in The World and a modern-day Sherlock Holmes, harnesses the power of "small data" in his quest to discover the next big thing. In an era where many believe Big Data has rendered human perception and observation 'old-school' or passé, Martin Lindstrom shows that mining and matching technological data with up-close psychological insight creates the ultimate snapshot of who we really are and what we really want. He works like a modern-day Sherlock Holmes, accumulating small clues - the progressively weaker handshakes of Millennials, a notable global decrease in the use of facial powder, a change in how younger consumers approach eating ice cream cones - to help solve a stunningly diverse array of challenges. In Switzerland, a stuffed teddy bear in a teenage girl's bedroom helped revolutionise 1,000 stores - spread across twenty countries - for one of Europe's largest fashion retailers. In Dubai, a distinctive bracelet strung with pearls helped Jenny Craig offset its declining membership in the United States and increase loyalty by 159% in only one year. In China, the look of a car dashboard led to the design of the iRobot, or Roomba, floor cleaner - a great success story. SMALL DATA combines armchair travel with forensic psychology in an interlocking series of international clue-gathering detective stories. It shows Lindstrom using his proprietary CLUES Framework - where big data is merely one part of the overall puzzle - to get radically close to consumers and come up with the counter-intuitive insights that have in some cases helped transform entire industries. SMALL DATA presents a rare behind-the-scenes look at what it takes to create global brands, and reveals surprising and counter-intuitive truths about what connects us all as humans.*

*La complessità sociale determinata dallo sviluppo di una società globale dove i confini diventano quasi indefiniti, ha portato grandi sfide per la piccola e media impresa, in generale per tutti gli imprenditori/professionisti. La differenziazione e il successo di ogni attività avviene grazie alla capacità di comunicare l’unicità della Persona. Tutto questo è possibile dopo aver sviluppato la relazione con noi stessi per far emergere il proprio modo di essere fatto di valori e convinzioni. Di conseguenza si sarà in grado di creare relazioni significative con i clienti ma anche con altri professionisti o imprenditori. È dimostrato che quando due menti si uniscono, creano sempre una terza forza, intangibile e invisibile, che possiamo paragonare a una terza mente, superiore. È quello che avviene nei Mastermind Group dove gruppi di persone si incontrano periodicamente in uno spirito di armonia, per discutere e aiutarsi a vicenda a realizzare il proprio progetto imprenditoriale, e favorire la propria crescita personale. In questo modo recuperiamo le relazioni umane come leva strategica per creare sinergie efficaci. Le relazioni favoriscono lo sviluppo personale e professionale di ognuno.*

*Cause(s), Diagnosis, Treatment, and Care*

*Decidere è una scommessa*

*Ten Reasons We’re Wrong About the World--and Why Things Are Better Than You Think*

*The Economics of European Integration*

*The Making of Behavioural Economics*

*Game Theory, Logic, and Human Frailty*

*Rivoluzione umanista*

***Fifty of today’s most prominent social psychologists describe their scholarship, focusing on the human and personal side of the "life of the mind." Each author spotlights his or her least appreciated work, and discusses theory, methods, findings, or application. The contributors also use this opportunity to provide the context behind their work. Some authors describe their mentors, the influential figures who led them to certain areas of research. Others offer advice to young researchers who are just entering the field and who can learn from their predecessors’ mistakes and miscalculations. These contributors address issues like how to prepare for, and make the most of, a professorship in a liberal arts college context, and how to frame a research question, title an article, handle a controversy, pursue a passion, devise a method, think about a meta-analysis, and write persuasively. Still others discuss what makes their research important to them and to the field, describing the impact of their work on their own future research agendas. In fifty engaging and succinct essays, these eminent psychologists pull back the curtain on their professional lives. Their stories are personal and touch on relationships, passion for ideas, and the emotional highs and lows of academic life. This book is a truly unique glimpse behind scenes of social psychology and the people who have advanced the field.***

***Capitalism faltered at the end of the 1990s as corporations were rocked by fraud, the stock-market bubble burst and the American business model - unfettered self-interest, privatization and low tax - faced a storm of protest. But what are the alternatives to the mantras of market fundamentalism? Leading economist John Kay unravels the truth about markets, from Wall Street to Switzerland, from Russia to Mumbai, examining why some nations are rich and some poor, why ‘one-size-fits-all’ globalization hurts developing countries and why markets can work - but only in a humane social and cultural context. His answers offer a radical new blueprint for the future. This collection of papers by scholars in the field of economic psychology aims to demonstrate the varied ways in which the insights of psychology have been applied to the understanding of economic behaviour. The volume attempts to reveal how the application of psychology to economics restores its veracity and to demonstrate the relevance of economics to the human condition and to efforts to improve it.***

***Published in 1996: Alzheimer’s disease is characterized by memory disturbances and changes in personality and is associated with aging, although it can occur in people under 65. It is a progressive disease, painful to witness as the patient’s health declines. Alzheimer’s Disease: Cause(s), Diagnosis, and Care, with its complete and authoritative discussions, will help you understand all facets of this complex disease. This book addresses a broad spectrum of topics ranging from diagnosis, causes, treatment, epidemiology, genetics, risk factors, and care and management. Alzheimer’s Disease: Cause(s), Diagnosis, and Care is intended for a diverse audience, including practitioners and students, family members, and everyone who is concerned about this disease.***

***The Persuasion Code***

***The Making of Late Antiquity***

***Harm to Others***

### How Neuromarketing Can Help You Persuade Anyone, Anywhere, Anytime The Birth of Intersubjectivity: Psychodynamics, Neurobiology, and the Self

#### Passioni, ragioni, illusioni

#### Il marketing spiegato benissimo

Leadership lessons from the iconic brand you can use to drive Disney-style success
In helping Walt Disney create “The Happiest Place on Earth,” Van France and his team started a business revolution in 1955 that eventually became the Disney University—the training and development program that powers one of the most famous brands on earth. Disney U examines how Van France’s timeless company values and leadership expertise have turned into a training and development dynasty: the Disney U. The book re the Disney Culture and describes the company’s values and operational philosophies that support the world-famous Disney brand. Doug Lipp is an internationally acclaimed expert on customer service, leadership, change management and global competitiveness the lessons he learned at the Disney U.

Un manuale di autodifesa per consumatori, un breviario minimo per aspiranti marketer
Ve lo ricordate il tasto “Svuota il carrello”? Si trovava un po’ in tutti gli ecommerce, eppure se fate un giro su Amazon, Wish o Zalando vedrete che è sparito, evaporato in un Che cos’è successo? Semplice, un addetto al marketing si è svegliato e ha pensato: perché permettere all’ignaro consumatore di svuotare con un solo clic l’intero carrello, non appena si fa sentire il rimorso da portafoglio? Da quel giorno ci tocca togliere i pro valutando se possiamo fare davvero a meno di quell’utile spremiagrumi o di quella graziosa salopette. Questo è solo un esempio minimo di come le strategie del marketing ci influenzino, invisibili, ogni giorno: dal menu caffè + spremuta (ma la volevi poi la spre bulimia dei servizi streaming (profilo Smart o Premium?); dal 3X2 del supermercato al divano a rate perennemente scontatissimo; dal dilagare di foto di panificazione su Instagram durante il lockdown (perché tutti insieme questa voglia di pizza?) all’incubo infir dalla comodità pericolosissima di avere il mondo a domicilio in poche ore al fascino vintage dei cari vecchi spot televisivi. Gianluca Diegoli, esperto consulente di marketing, ha scritto un libro che parla non solo agli aspiranti marketer, ma soprattutto a noi con autoironia ed esempi concreti ci mostra le tecniche e i meccanismi con cui lui e i suoi compari cercano di venderci qualsiasi cosa, spiegandoci anche perché spesso, alla fine, ci riescono. Un libro rivoluzionario, dunque, che al grido di Svuota il carrello invita a n fuoco i centri commerciali? Non proprio. Perché in questa infinita partita tra consumatori e marketer è sempre difficile capire quanto le fazioni siano opposte o quanto invece sotto sotto siano complici: per esempio, il Black Friday serve a loro per vendere o a n cuor leggero quel televisore gigantesco? D'altra parte, ci diciamo, era un'offerta imperdibile...

Secret to sales success starts with higher emotional intelligence (E.Q.). Improve your E.Q. and watch your sales soar!
Emotional Intelligence (E.Q.) is the ability to relate to people and maintain positive relationships, and is now widely regarded as more critical success than I.Q. Selling With Emotional Intelligence will help sales professionals improve their E.Q. for better performance.

Il neuromarketing si propone di indirizzare, ispirare e guidare le aziende e le organizzazioni a comprendere in modo più profondo - e connesso alle trasformazioni culturali, sociali ed economiche - i bisogni, le attese e i desideri delle persone per favorire il miglior delle proprie strategie di marketing, di comunicazione, di management e di brand equity. Questo manuale vi accompagnerà nel viaggio che, partendo dal racconto delle basi scientifiche del neuromarketing e della sua genesi, vi condurrà a scoprire tutti i possibili riferimento e le nuove frontiere di applicazione come il neuro-design thinking, il neurobranding, il neuroselling, il neuroretail, il neuromanagement, la neuroleadership, la neuroeconomia e la neuroetica.

Manuale di neuromarketing

The Universal Laws of Success

Misbehaving. La nascita dell'economia comportamentale

A Course in Behavioral Economics

for successful entrepreneurs and freelancers

Moral Calculations

Methodology & Techniques of Social Research

This book explores the significant changes that took place in the classical world between the late second and early fourth centuries. A new elitism in religion had its parallel in society as a whole and a wide polarization of the wealthy and the poor developed, as unbridled ambition made the sharp distinction between the rulers and the ruled. --From publisher's description.

L'alienazione sembra scomparsa dalla scena. La tecnica come apparato e il neoliberalismo come ideologia politica offrono una affascinante illusione di individualità, libertà e creatività. Se tutti sono "imprenditori di se stessi" e ognuno è illuso di poter essere creativo e innovativo grazie alla tecnica, nessuno sembra alienato e nessuno si percepisce tale. In realtà l'alienazione non è scomparsa, semmai è più pervasiva di ieri (dalla gig economy alla fabbrica 4.0 ai social media e social network), ma è ben mascherata dallo stesso sistema tecnocapitalista che la produce. L'autore evidenzia la forma più pericolosa di alienazione, tra le molte che compongono la grande alienazione, ossia la crescente delega conferita alla tecnica, dove sono gli algoritmi a decidere. La grande alienazione è una ulteriore tappa della riflessione che Lelio Demichelis svolge da tempo su tecnica e capitalismo. L'autore rilegge la teoria critica francofortese, il pensiero di Michel Foucault e le figure di Narciso, Pigmalione e Prometeo, in nome della riscoperta di un individuo capace di uscire dalla gabbia d'acciaio virtuale/caverna platonica del tecno-capitalismo, per costruire un noi che non sia solo un dover essere connessi in rete o un dover condividere sui social.

What does game theory tell us about rational behavior? Is there such a thing as rational behavior, and if so, is it of any use to us? In this fascinating book, renowned Hungarian economist Laszlo Mero shows how game theory provides insight into such aspects of human psychology as altruism, competition, and politics, as well as its relevance to disparate fields such as physics and evolutionary biology. This ideal guide shows us how mathematics can illuminate the human condition.

New Statesman’s Best Books of 2018 ‘Mandatory reading’ Steven Pinker Do you eat too much sugar? What proportion of your country are immigrants? What does it cost to raise a child? How much tax do the rich pay? Are we more ignorant than we used to be?

Take a minute to answer these questions. No matter how educated you are, this book suggests you are likely to be very wrong indeed. Informed by exclusive research across 40 countries, conducted by global polling firm Ipsos, The Perils of Perception investigates why we don't know basic facts about the world around us. Using the latest research into the media and decision science, Bobby Duffy asks how we can address our ignorance and why the populations of some countries seem better informed than others. Essential reading in the so-called 'post-truth' era, this book will transform the way you engage with the world.

Confusion de Confusiones

Small Data

The Tiny Clues That Uncover Huge Trends

Da Platone a Instagram

The Winner’s Curse

La società della fiducia

Narciso, Pigmalione, Prometeo e il tecno-capitalismo

Winner of the Nobel Memorial Prize in Economic Sciences Richard Thaler challenges the received economic wisdom by revealing many of the paradoxes that abound even in the most painstakingly constructed transactions. He presents literate, challenging, and often funny examples of such anomalies as why the winners at auctions are often the real losers—they pay too much and suffer the “winner’s curse”—why gamblers bet on long shots at the end of a losing day, why shoppers will save on one appliance only to pass up the identical savings on another, and why sports fans who wouldn’t pay more than \$200 for a Super Bowl ticket wouldn’t sell one they own for less than \$400. He also demonstrates that markets do not always operate with the traplike efficiency we impute to them.

In Warren Buffett. Dentro la mente del migliore investitore al mondo Robert Hagstrom conduce un'analisi inedita sulla saggezza dell'oracolo di Omaha e sul suo pensiero. Celebre per i suoi esami approfonditi sui metodi di investimento di Buffett, in questo libro Hagstrom risponde a una domanda molto più ampia: da dove derivano quei metodi? Ripercorrendo le molteplici influenze sul pensiero del grande investitore, Hagstrom describe una visione del mondo complessa e ricca di sfumature, che si riflette non solo nella pratica degli investimenti ma anche nelle altre sfere dell'agire umano. Lo stesso Buffett ha dato un nome memorabile a questa mentalità: la “Money Mind”. Che cos’è di preciso una Money Mind? A livello basilare è un modo di pensare alle grandi questioni finanziarie, per esempio l’allocazione dei capitali. A un livello successivo è la mentalità necessaria per investire con successo nel dinamico mercato azionario di oggi, che richiede la volontà di imparare, la capacità di adattarsi e di non dar retta al rumore di fondo. A un livello ancora ulteriore è un ampio costruito filosofico ed etico, che ci dice molto sulla persona a cui lo applichiamo: chi ha una Money Mind è una persona che ha ottime probabilità di avere successo in molti aspetti della vita, compresi gli investimenti. Questo non è un libro sul metodo. È un libro sul pensiero di Warren Buffett. Esamina una serie di correnti filosofiche - individualismo, stoicismo, razionalismo e pragmatismo - e i loro contributi alle decisioni di un investitore intelligente. Ripercorre inoltre l’evoluzione del value investing, spiega come si sviluppa una mentalità “business-driven” e describe i tratti imprescindibili di una gestione attiva di successo del proprio portafoglio. In sintesi, è un libro che aiuta i lettori a comprendere i mattoni che edificano una Money Mind, affinché possano iniziare ad applicare gli stessi principi al servizio di una vita che abbia valore.

“This is not just an important but an imperative project: to approach the problem of randomness and success using the state of the art scientific arsenal we have. Barabasi is the person.”--Nassim Nicholas Taleb, author of the New York Times bestselling The Black Swan and Distinguished Professor of Risk Engineering at NYU An international bestseller In the bestselling tradition of Malcom Gladwell, James Gleick, and Nate Silver, prominent professor László Barabási gives us a trailblazing book that promises to transform the way our success-obsessed society approaches their professional careers, life pursuits and long-term goals. Too often, accomplishment does not equal success. We did the work but didn’t get the promotion; we played hard but weren’t recognized; we had the idea but didn’t get the credit. We convince ourselves that talent combined with a strong work ethic is the key to getting ahead, but also realize that combination often fails to yield results, without any deeper understanding as to why. Recognizing this striking disconnect, the author, along with a team of renowned researchers and some of the most advanced data-crunching systems on the planet, dedicated themselves to one goal: uncovering that ever-elusive link between performance and success. Now, based on years of academic research, The Formula finally unveils the groundbreaking discoveries of their pioneering study, not only highlighting the scientific and mathematic principles that underpin success, but also revolutionizing our understanding of: Why performance is necessary but not adequate Why “Experts” are often wrong How to assemble a creative team primed for success How to most effectively engage our networks And much more. Scientific Social Research The Problem of Objectivity in Social Research The Research Process Formulation of Problem in Social Research Hypotheses: Their Nature and Role in Social Research Concepts - their Role in Scientific Investigation and Development of Science The Design of Research The General Problems of Measurement Data Collection Observation The Interview Method The Questionnaire The Projective Techniques The Scaling Techniques Sociometry The Case Study Method Sampling : Method and Techniques Analysis of Data and Interpretation The Research Report Research and Theory Social Research and Values.

Idee follì

Warren Buffett

Factfulness

Prendere decisioni intelligenti quando non hai tutte le informazioni

Reflections on Natural and Artificial Intelligence

Disney U: How Disney University Develops the World’s Most Engaged, Loyal, and Customer-Centric Employees

*Now in its sixth edition, **The Economics of European Integration is a timely and insightful text on this everchanging and controversial topic. This edition guides the students through the facts, theories, history, institutions, laws, politics and policies of the European Union, and how each of these play their role in European economics. Covering both the microeconomics and macroeconomics of European integration, this text is written for second and third-year undergraduates in economics as well as advanced undergraduates and graduate students in business, international affairs, European studies and political science.***

*Personal uniqueness can make entrepreneurs and freelancers stand out when they struggle in an increasingly overcrowded market. Communication and relationships can be strategically leveraged for entrepreneurial success. Mastermind Community groups seek to affirm and recover the art of conversation to build effective relationships*

*Sul piano pedagogico, nei più di 50 anni di storia che ci separano dal ’68 – caratterizzati in gran parte da miopia progettuale, aggiustamenti-tampone dell’esistente, tatticismi dalla vista corta – l’unica eredità condivisa in contro tendenza, che rinasce continuamente dalle ceneri della dimenticanza e dalle spinte conservatrici della rimozione, è l’esperienza pedagogica ed umana di don Milani. Il famoso pamphlet Lettera ad una professoressa è del 1967 e quel testo intercetta temi, problemi, prospettive storico-politico-socio-pedagogiche che, affrontati subito e nella giusta maniera, forse avrebbero spuntato le armi della successiva protesta sessantottina, con tutti gli eccessi che si conoscono. Di fatto, le denunce del Sessantotto furono elaborate in proposte di cambiamento in parte, e solo più tardi, tra circospezioni e reticenze. Il volume esplora questa dialettica di continuità/discontinuità dal punto di vista della pedagogia generale e della storia della pedagogia, mostrando, nelle quattro sezioni in cui è articolato, quanto, in fondo, essa resti tuttora irrisolta. Emblematico in questo senso il “caso” della scuola pedagogica patavina, con il suo protagonista Marcello Peretti, a cui è dedicata, appunto, l’intera quarta parte del libro.*

*Nel 49° Super Bowl, l’allenatore dei Seahawks, Pete Carroll, fece una delle chiamate più controverse nella storia del football: con 26 secondi dalla fine della partita e a poche yard dalla linea di meta dei Patriots, chiese alla sua squadra di eseguire uno schema di lancio invece di un meno rischioso schema di corsa. Il passaggio venne intercettato e i Seahawks vennero sconfitti. I critici la definirono la più stupida giocata della storia. Ma quella chiamata fu davvero così brutta? Oppure Carroll disegnò un grande schema rovinato solo dalla sfortuna? Anche la decisione migliore non produce sempre il miglior risultato. C’è sempre un elemento di fortuna che non puoi controllare, e ci sono sempre informazioni importanti di cui non disponiamo. Quindi la chiave del successo è quella di pensare alle decisioni come fossero delle scommesse: quanto ne sono sicuro? Quali sono i modi possibili in cui le cose potrebbero andare? Quale decisione ha le più alte probabilità di successo? Sono incappato in quel 10% di probabilità che le cose potessero andare male? Oppure il mio successo è più attribuibile alla fortuna piuttosto che al merito del mio processo decisionale? Annie Duke, ex campionessa della World Series of Poker, è diventata una nota consulente aziendale attingendo dalla sua esperienza di giocatrice di poker. Nei suoi seminari insegna a prendere decisioni migliori. Per la maggior parte delle persone infatti è difficile dire “Non sono sicuro” in un mondo che apprezza e, addirittura, ricompensa l’aspetto della certezza. Ma i giocatori professionisti di poker si sentono a loro agio con il fatto che le grandi decisioni non portano sempre a grandi esiti e che le decisioni sbagliate non portano sempre a risultati negativi. Spostando il tuo pensiero dall’esigenza di certezza all’obiettivo di valutare accuratamente ciò che sai e ciò che non sai, sarai meno vulnerabile alle emozioni reattive, ai pregiudizi e alle abitudini distruttive nel prendere decisioni. Diventerai più sicuro, calmo, tollerante e avrai più successo nel lungo periodo.*

*La grande alienazione*

*Common Sense, the Turing Test, and the Quest for Real AI*

*Svuota il carrello*

*The Formula*

*Relazioni efficaci*

*The Truth About Markets*

*Misbehaving*

Misbehaving. La nascita dell'economia comportamentaleEinaudi. PassaggiEffective relationship buildingfor successful entrepreneurs and freelancersKey Editore

A definitive and wide-ranging overview of developments in behavioural finance over the past ten years. This second volume presents twenty recent papers by leading specialists that illustrate the abiding power of behavioural finance.

Standard economics theory is built on the assumption that human beings act rationally in their own self interest. But if rationality is such a reliable factor, why do economic models so often fail to predict market behavior accurately? According to Richard Thaler, the shortcomings of the standard approach arise from its failure to take into account systematic mental biases that color all human judgments and decisions.

This first volume in the four-volume series The Moral Limits of the Criminal Law focuses on the "harm principle," the commonsense view that prevention of harm to persons other than the perpetrator is a legitimate purpose of criminal legislation. Feinberg presents a detailed analysis of the concept and definition of harm and applies it to a host of practical and theoretical issues, showing how the harm principle must be interpreted if it is to be a plausible guide to the lawmaker.