
Spis treści

Wstęp	9
Część I. Metodologia badań eksperymentalnych	15
1. Podstawy: filozofia metody eksperymentalnej w ekonomii	
<i>Michał Krawczyk</i>	17
1.1. Krótka historia metody eksperymentalnej w ekonomii	18
1.2. Przebieg typowego eksperymentu ekonomicznego	19
1.3. Do czego służą eksperymenty	20
1.4. Podstawowe cechy dobrego eksperymentu	21
1.5. Krytyka ekonomii eksperymentalnej	28
1.6. Wycieczka: eksperymenty terenowe	31
2. Planowanie eksperymentów	
<i>Michał Krawczyk</i>	33
2.1. Formułowanie pytań badawczych	33
2.2. Przygotowywanie planu eksperymentu	36
2.3. Przygotowywanie planu eksperymentalnego od strony technicznej	56
2.4. Próba	57
2.5. Planowanie eksperymentów terenowych	60
3. Przeprowadzanie eksperymentów	
<i>Robert Borowski</i>	65
3.1. Przydatne oprogramowanie	65
3.2. Projektowanie i tworzenie eksperymentu	66
3.3. Organizacja i przeprowadzenie badania	71
3.4. Eksperymenty w internecie	78
4. Analiza danych. Eksperymentacja	
<i>Natalia Nehrebecka, Aneta Dzik</i>	80
4.1. Zanim przetestujesz	81
4.2. Testowanie hipotez	85

4.3. Testy przydatne w eksperymentach.	86
4.4. Modelowanie	93
5. Prezentacja wyników	
<i>Michał Krawczyk.</i>	101
5.1. Dlaczego warto publikować.	101
5.2. <i>What's your story?</i>	103
5.3. Język	105
5.4. Struktura	107
5.5. Mam tekst: co dalej?	112
5.6. Podsumowanie.	118
5.7. Lektury nadobowiązkowe.	119
Część II. Przegląd wyników	121
6. Podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka	
<i>Michał Krawczyk.</i>	123
6.1. Estymacja parametrów funkcji użyteczności	128
6.2. Teoria perspektywy	135
6.3. Podsumowanie.	145
6.4. Lektury nadobowiązkowe.	145
7. Teoria gier	
<i>Przemysław Kuształak, Maciej Wilamowski</i>	147
7.1. Wprowadzenie.	147
7.2. Dziedzina i postać funkcji użyteczności	149
7.3. Racjonalność.	153
7.4. Mechanizm znajdowania rozwiązań	163
7.5. Podsumowanie.	173
8. Aukcje	
<i>Michał Krawczyk.</i>	176
8.1. Wprowadzenie.	176
8.2. Aukcje obiektów o wycenie indywidualnej.	177
8.3. Aukcje o wartości wspólnej	184
8.4. Aukcje internetowe	189
8.5. Podsumowanie.	191
8.6. Lektury nadobowiązkowe.	192
9. Organizacja rynku	
<i>Michał Krawczyk, Maciej Wilamowski</i>	193
9.1. Wprowadzenie.	193
9.2. Rynki konkurencyjne	194
9.3. Rynki oligopolistyczne (niekonkurencyjne)	199
9.4. Lektury nadobowiązkowe.	209

10. Rynek pracy	
<i>Barbara Bobrowicz, Tomasz Gajderowicz</i>	210
10.1. Wprowadzenie	210
10.2. Wzajemność w relacjach pracodawców i pracowników	212
10.3. Determinanty podaży pracy	217
10.4. Podsumowanie i dalsze kierunki badań	225
10.5. Lektury nadobowiązkowe	226
11. Współpraca w grze w dobra publiczne	
<i>Robert Borowski</i>	228
11.1. Dobra publiczne	228
11.2. Norma wzajemności	230
11.3. Kary i nagrody	233
11.4. Perspektywa dalszej interakcji	236
11.5. Endogeniczne grupy	237
11.6. Lektury nadobowiązkowe	239
Część III. Nienaukowe zastosowania eksperymentów	241
12. Eksperymenty dydaktyczne	
<i>Maciej Wilamowski</i>	243
12.1. Wprowadzenie	243
12.2. Historia	243
12.3. Skuteczność eksperymentów dydaktycznych	245
12.4. Jak przeprowadzać eksperymenty dydaktyczne – rola prowadzącego	249
12.5. Technikalnia	253
12.6. Jak zacząć?	255
12.7. Sztuczki	257
13. Zastosowania eksperymentów w biznesie	
<i>Michał Krawczyk</i>	259
13.1. Pożytki z eksperymentów w biznesie	260
13.2. Wyzwania	261
13.3. Przykłady eksperymentów biznesowych	262
13.4. Podsumowanie	267
13.5. Lektury nadobowiązkowe	268
Spis ilustracji	269
Spis tabel	270
Bibliografia	273
Indeks.	289
O Autorach	295