

Inhalt

Teilband I: Kritik der Markttheorie

Vorwort	5
Einleitung: Vom Elend der Markt- und Marketing-Theorie . . .	9
Erster Teil: Allgemeine Problematisierung der herrschenden Markttheorie	33
HANS ALBERT	
Die Problematik der ökonomischen Perspektive	35
WINFRIED VOGT	
Zur Kritik der herrschenden Wirtschaftstheorie	71
Zweiter Teil: Kritik grundlegender Prämissen der Markttheorie	103
WERNER HOFMANN	
Rationalismus und Irrationalismus im ökonomischen Denken der Gegenwart	105
HANS ALBERT	
Souveränität und Entscheidung	113
JOHN KENNETH GALBRAITH	
Volkswirtschaftslehre als Glaubenssystem	129
HERBERT GINTIS	
Konsumentenverhalten und Konsumentensouveränität: Gründe für den gesellschaftlichen Verfall	153
PAUL A. BARAN/PAUL M. SWEETZY	
Die Absorbierung des Surplus: Die Verkaufsförderung.	175
HANS ALBERT	
Zur Theorie der Konsumnachfrage	205
Sachverzeichnis	238