

Obsah

<i>Prolog</i>	9
<i>Předmluva</i>	11
<i>Poděkování</i>	13

Část I. Úvod

1. Proč jsem napsal tuto knihu	17
2. Proč nová metodologie myšlení?	25

Část II. Povaha obchodního prostředí z hlediska psychologie

3. Trh má vždycky pravdu	43
4. Potenciál profitu a ztráty je neomezený	45
5. Ceny jsou v neustálém pohybu – bez vytyčeného začátku a konce.....	47
6. Trh jako nestrukturované prostředí	53
7. V tržním prostředí jsou důvody nepodstatné	61
8. Tři kroky úspěšného obchodníka	67

Část III. Sestavení struktury pro pochopení sebe sama

9. Porozumění podstatě duševního prostředí	83
10. Jak vzpomínky, asociace a přesvědčení řídí informace o prostředí ..	95
11. Proč se musíme naučit přizpůsobovat.....	113
12. Dynamika dosáhnutí cíle.....	127
13. Spravování duševní energie	141
14. Techniky zapříčinění změny	151

Část IV. Jak se stát disciplinovaným obchodníkem

15. Psychologie pohybu cen	163
16. Cesta k úspěchu.....	179
17. Závěrečné slovo	199