

فهرست

- ۶ دیباچه
- ۹ پیش‌گفتار
- ۱۸ تقدیر
- ۱۹ بخش اول: مقدمه
- ۲۰ فصل یک: چرا این کتاب را نوشتم
- ۳۷ فصل دوم: چرا یک روش تفکر جدید لازم است؟
- ۶۱ بخش دوم: ماهیت محیط داد و ستد از منظر روانشناسی
- ۶۳ فصل سوم: بازار همیشه مناسب است
- ۶۷ فصل چهارم: امکان بینهایت سود و زیان وجود دارد
- ۷۰ فصل پنجم: قیمت‌ها همیشه در حال تغییر هستند و آغاز و پایان مشخصی برای آنها وجود ندارد
- ۸۲ فصل ششم: بازار محیطی بینظم دارد
- ۹۶ فصل هفتم: در محیط بازار، دلایل غیرمرتبط هستند
- ۱۰۴ فصل هشتم: ۳ گام رسیدن به موفقیت برای اینکه معامله‌گری موفق شوید
- ۱۲۳ بخش سوم: ساختن چهارچوبی برای شناخت خود
- ۱۲۸ فصل نهم: شناخت ماهیت محیط ذهنی
- ۱۴۸ فصل دهم: چه‌گونه اطلاعات محیطی، توسط خاطره‌ها، ارتباط‌ها، و باورها کنترل می‌شوند
- ۱۷۸ فصل یازدهم: چرا باید یاد بگیریم خود را با محیط تطبیق دهیم
- ۲۰۳ فصل دوازدهم: روش‌های دستیابی به هدف
- ۲۲۷ فصل سیزدهم: مدیریت انرژی ذهنی
- ۲۴۳ فصل چهاردهم: تکنیک‌هایی برای ایجاد تغییر
- ۲۶۱ بخش چهارم: چه‌طور یک معامله‌گر منظم شویم
- ۲۶۲ فصل پانزدهم: روانشناسی تغییر قیمت
- ۲۹۱ فصل شانزدهم: گام‌های رسیدن به موفقیت
- ۳۲۵ فصل هفدهم: حرف آخر