

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

13位ISBN编号：9787300111735

10位ISBN编号：7300111734

出版时间：2009-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：（美）阿伦 等著；毛蕴诗 等译

页数：353

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

前言

生物学家用刘易斯·卡罗尔（Lewis Carroll）塑造的著名角色说明为什么进步是相对的。爱丽丝在镜屋中奇遇红桃皇后，尽管皇后处在永恒的运动中，但她几乎没有前进，因为她的世界在随她移动。

这种相对变化的观念也许不只限于卡罗尔的童话或生物学界。

1903年，马车在伦敦市中心行驶的平均速度是每小时12英里，造成速度缓慢的主要原因是马的体力有限。

在随后的100年里，人类发明了超越车速的内燃机。

然而，2003年伦敦市中心车辆行驶的平均速度每小时仅为9英里，车辆速度的增加因交通拥挤程度的加剧而失去了效用。

进步的相对性还体现在教材与其所涵盖的主题之间，如果教科书不能引领错综复杂的世界中的变化，那么修订不一定意味着进步。

我们相信本书代表了进步。

由于考虑到了商业领域的最新变化，本书将更有利于读者做好迎接未来的管理任务。

我们对本书前一版作改变的目的是要把曼斯菲尔德的传统更好地融入不断变化的商业领域。

这一传统的五个主要特点是：1.密切结合理论与实践；2.使用正规的分析方法；3.以数学为工具，而非目标；4.更新资料以与商业领域的最新变化保持同步；5.倾听并学习读者和教师的经验。

大多数：MBA学生在第一学期都必须学习这门课程。

而我们的任务就是开设这样一门课程，帮助学生们把经济学原理运用到商业实践中。

为此，我们必须达到一些目标，正是这些目标指导我们对本书进行了修改。

首先，要使经济学成为决策模型，要让学生理解书中的公式和图形，并且明白作为管理者为什么需要遵循经济学的一般规律，如边际分析或逆向归纳规律等；其次，我们要明确经济学的综合特征。

经济模型影响一切商业行为；再次，我们要实现上述目标而又不放弃以理性选择为基础的正规分析。

若没有这样的分析，知识就没有实用价值。

数学的客观性使商业论述清晰了。

毕竟，大部分管理者都知道需求会随价格的下降而上升，但是很少人能够确定销售的增长量。

我们要培养能确定销售增长量的管理者。

最后，我们要承认管理者有时可能是有限理性的。

我们要向学生展示具有有限理性的管理者如何行动，并帮助他们了解行为会受到怎样的影响。

与第5版的作者一样，我们以以上这四个目标来指导我们对本书的修改。

与其说是经济原理发生了变化，不如说是管理者运用原理的方式改变了。

随着商业世界全球化程度、复杂程度和竞争程度的提高，管理者需要使用更精炼的决策模型。

为管理者提供这些模型并使他们具备把模型应用到现实世界的能力，是我们这次修订的主要目的。

本书的绝大部分改动反映了我们希望读者在当今复杂的商业领域能做更好的决策。

本书在内容和组织上都反映了这种愿望，并增加了更能反映商业领域发展变化情况的新内容。

例如，博弈论这一章是全新的内容，主要阐述管理者需要遵循的重要战略原则。

我们还增加了定价部分的内容并对原有的内容作了重新编排。

本书新增的主要内容与改动的主要部分如下。

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

内容概要

这本教材虽然介绍了许多理论模型、数学公式，但是读起来并不晦涩。

全书涵盖的100多个丰富的商业案例，可以帮助你在遇到难点或疑点问题时继续前进。

我教授管理经济学这门课程已经很多年了，一直都在使用埃德温·曼斯菲尔德的《管理经济学》作为教材。

本书是他与另外三位沃顿商学院的教授合著的，内容全面、理论清晰、分析严谨，不失为一本MBA课程的学生用书。

管理决策是每一位管理者都应该具备的最基础的能力，一个优秀的管理者可以将管理经济学的各种理脩运筹帷幄地应用到自己的工作中。

本书为管理者的决策制定和执行提供了一系列的理论和方法。

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

作者简介

埃德温·曼斯菲尔德，美国宾夕法尼亚大学的经济学教授，他参与出版了几百本有关管理经济学、经济学等书籍，同时他的书籍也被翻译成多种语言，在世界各地出版发行。他也是每位受邀来到中国访问的美国管理领域的学者。

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

书籍目录

第一部分 绪论 第1章 管理经济学导论 第2章 最优化技术第二部分 需求与预测 第3章 需求理论 第4章 消费者行为与理性选择 第5章 估计需求函数 第6章 商业预测与经济预测第三部分 生产与成本 第7章 生产理论 第8章 技术变化与产业创新 第9章 成本分析第四部分 市场结构、战略行为和定价 第10章 完全竞争 第11章 垄断与垄断竞争 第12章 复杂的垄断定价 第13章 寡头垄断 第14章 战略决策和博弈论第五部分 风险、不确定性和激励 第15章 风险分析 第16章 拍卖 第17章 道德风险与委托代理问题 第18章 逆向选择第六部分 政府与企业关系和全球市场 第19章 政府与企业 第20章 管理经济学：全球视野

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

章节摘录

第一部分 绪论 第1章 管理经济学导论 波音、迪士尼和丰田这三家知名公司有什么共同之处？

与其他许多公司一样，它们都运用了正确的管理经济学原理来提高自身的获利能力。

管理经济学吸收了许多经济分析的概念，诸如成本、需求、利润、竞争、定价、进入策略和市场保护策略等。

它试图把许多经济理论家的纯理论分析问题和管理者所面对的日常决策联系起来，为经营决策提供有力的工具和方法，例如博弈论、捆绑销售以及双边关税等定价策略。

在本章中，我们将首先通过若干案例研究来说明管理经济学能解决的某些问题。

尽管说明管理经济学的案例甚少，但它们有助于我们了解管理经济学的性质以及它与企业实际经营决策的相关性。

为了阐明经营决策是怎样被运用的，本书在各章中安排了一些重要的专栏信息，称之为概念韵情景应用、顾问园地和管理决策分析，用以指导读者更准确地运用教材中的相关概念。

同时，我们将探讨管理经济学、微观经济学以及包括统计学在内的决策科学之间的关系。

然后，我们会考察基本的决策模型和企业理论。

管理经济学探讨的是企业管理者和其他政策制定者的决策方式。

因而，有必要先分析决策过程的特征以及企业的动机。

由于利润在经营决策中起着如此重要的作用，因此我们会给出利润的定义，并比较经济学家和会计师对利润的不同定义。

最后，我们将简单介绍一下供给与需求的基本观点，后面的章节中会更为全面地讨论此观点。

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

编辑推荐

美国著名经济学家埃德温·曼斯菲尔德领衔宾夕法尼亚州，大学沃顿商学院三位顶级经济学教授联袂写作。

哈佛大学、斯坦福大学、麻省理工大学和沃顿商学院等世界一流大学采用。

中山大学管理学院毛韵诗教授亲自翻译。

最畅销的管理经济学领域教科书。

<<阿伦&曼斯菲尔德管理经济学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>