

<<微观经济学>>

图书基本信息

书名：<<微观经济学>>

13位ISBN编号：9787302289234

10位ISBN编号：7302289239

出版时间：2013-2

出版时间：清华大学出版社

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>

## &lt;&lt;微观经济学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章导论 第一节经济学的基本内涵与研究对象 一、经济与经济学 二、稀缺性与经济学 三、经济学研究的基本问题 四、经济学的理论体系 第二节经济学的研究方法 一、实证分析法与规范分析法 二、实证分析法的分析工具 三、对经济学中应用数学方法的评价 第三节经济学的产生与发展 一、古代经济思想的发展 二、经济学的孕育 三、经济学的形成——古典政治经济学 四、微观经济学的建立——新古典经济学 五、宏观经济学的建立与发展 第四节正确看待与运用经济学 一、经济学在社会科学中的地位 二、关于常见的经济学分类 三、西方经济学的借鉴意义 本章小结 复习与思考题 第二章需求和供给原理 第一节需求 一、需求的含义 二、需求表、需求曲线和需求定理 三、影响需求的因素和需求函数 四、需求量的变动和需求的变动 第二节供给 一、供给的含义 二、供给表、供给曲线和供给定理 三、影响供给的因素和供给函数 四、供给量的变动和供给的变动 第三节均衡价格 一、均衡价格的形成 二、均衡价格的变动 三、政府对价格的干预 第四节需求弹性 一、需求弹性的含义及计算方法 二、需求弹性的分类 三、影响需求弹性的因素 四、需求收入弹性和需求交叉弹性 第五节供给弹性 一、供给弹性的含义及计算方法 二、供给弹性的分类 三、影响供给弹性的因素 第六节弹性理论的运用 一、需求价格弹性与总收益 二、蛛网理论 本章小结 复习与思考题 第三章消费者行为理论 第一节效用概述 一、效用 二、基数效用论和序数效用论 第二节边际效用分析与消费者均衡 一、总效用与边际效用 二、边际效用递减规律 三、货币的边际效用 四、消费者均衡 五、根据基数效用论求得需求曲线 六、消费者剩余 第三节无差异曲线及其特点 一、无差异曲线 二、预算线 三、消费者均衡 第四节收入变化和价格变化对消费者均衡的影响 一、收入变化对均衡点的影响 二、消费者的需求曲线和市场需求曲线 第五节替代效应和收入效应 一、替代效应和收入效应的含义 二、正常物品的替代效应和收入效应 三、一般低档物品的替代效应和收入效应 四、吉芬物品的替代效应和收入效应 五、各种物品效应总结 本章小结 复习与思考题 第四章生产理论 第一节生产的主体——厂商 一、厂商的组织形式——企业 二、企业存在的理由 三、企业行为的目标 第二节生产函数 一、企业生产与生产函数 二、生产函数的具体形式 第三节短期生产函数 一、经济学上的短期和长期 二、总产量、平均产量和边际产量 三、边际报酬递减规律 四、短期生产的3个阶段 第四节长期生产函数 一、等产量线 二、等成本线 三、生产要素的最佳组合 四、生产扩展线 五、规模报酬 六、生产可能性曲线 本章小结 复习与思考题 第五章成本理论 第一节成本概述 第二节短期成本函数 一、短期成本函数 二、边际报酬递减规律在短期成本函数中的体现 三、短期平均成本曲线和边际成本曲线的几何推导 第三节长期成本函数 一、长期总成本函数和长期总成本曲线 二、扩展线和长期总成本曲线 三、长期平均成本函数和长期平均成本曲线 四、包络线与扩展路线 五、影响长期平均成本变化的因素 六、长期边际成本函数和长期边际成本曲线 第四节成本曲线的关系及其影响 一、短期成本曲线和长期成本曲线的关系 二、成本曲线对市场结构的影响 本章小结 复习与思考题 第六章完全竞争市场 第一节概述 一、完全竞争市场的含义和特征 二、完全竞争市场和厂商的需求曲线 三、完全竞争厂商的总收益、平均收益和边际收益 第二节短期均衡 一、厂商实现利润最大化的均衡条件 二、厂商短期均衡的5种情况 三、短期供给曲线 四、生产者剩余 第三节长期均衡 一、厂商对最优生产规模的选择 二、厂商与行业的长期均衡 三、行业长期供给曲线 第四节完全竞争市场的评价 一、完全竞争市场结构的优点 二、完全竞争市场结构的缺点 本章小结 复习与思考题 第七章完全垄断市场 第一节概述 一、完全垄断市场的特征及形成原因 二、垄断厂商的需求曲线和边际收益曲线 三、价格、边际收益和需求价格弹性三者之间的关系 第二节短期均衡和长期均衡 一、短期均衡 ..... 第八章垄断竞争市场 第九章寡头垄断市场 第十章博弈论 第十一章生产要素市场与收入分配 第十二章一般均衡理论和福利经济学 第十三章市场失灵与政府的作用 参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：但是，这种产权结构产生两种负的外部效应。

第一种负的外部效应是由私有产权的决策权利产生的。

如果每个私有产权的所有者都参与公司的决策，那么公司难以形成有效的决定，从而每个人的决策都可能对别人的私有产权造成损害。

而要协调私有产权所有者的决策，同样需要花费较高的谈判成本。

公司董事会就是为减少这种外部效应而产生的。

由股东大会选举产生董事会进行决策，由董事会任命总经理从事日常管理工作，实现了把私有产权的决策权利集中在少数管理者手中。

第二种负的外部效应是由私有产权的收益权利产生的。

在公司经营失败的时候，如果要求私有产权所有者为公司的债务承担全部责任，那么富有的私有产权所有者将不愿意提供资本。

有限责任制就是为减少这种外部效应而产生的。

每个私有产权的所有者对公司债务所负的责任以他们提供的资本为限。

第三节 公共产品 一、公共产品的含义 在现代经济学书中，公共产品（Public Goods）是由政府部门生产的，并由社会全体成员共同享用的物品和服务，它们又叫做集体消费产品（Collective Consumption Goods）。

这些公共产品的一个显著特点是它们的消费是非排他性的，即不能排除个人从公共产品中得到好处。

比如，当治安和国防力量维持一个社会的秩序与安全时，每一个社会成员就自然都在这个秩序与安全之中了；又比如，公有的基础设施也是为整个社会服务的，道路、桥梁并不是专门为哪个人而建，每个社会成员都可以使用它们。

而私人产品的消费却正好相反，有这些产品的消费权，除非本人允许，别人是不能享用这些产品的，可以说，私人产品消费上通行的规则是谁付钱谁享用，而公共产品的消费上通行的规则是，不论你是否提出消费要求，所有社会成员或多或少地都享用了。

并且在原则上所有社会居民都得为公共产品付钱，即交纳税款。

他们按照一定的纳税规则交纳税款，其数额并不和他们从公共产品得到的效用成比例。

公共产品消费的第二个特点是在一定条件下的非竞争性。

这里的竞争性是指在资源条件既定的情况下，对某种消费品的消费人数增加，将会促使社会把较多的社会资源用于生产该种产品，从而使其他消费品的生产减少。

公共产品因为具有集体消费的性质，因此在一定限度内增加公共产品的消费者数量并不需要增加公共产品的生产。

比如，在限定的国防条件下，居民人数的增加并不需要增加国防开支；在一定的桥梁、道路条件下，使用者的增加并不意味着必须随时增加桥梁、道路。

只有在使用人数达到一定限度以上时，才会产生那样的要求。

所以，在一定条件下增加公共产品的消费者人数并不需要减少其他消费品的生产。

二、公共产品供求的特殊性 我们知道，某个市场的需求曲线可以通过把全体个人对商品的需求曲线按水平方向叠加而成。

某些西方经济学家认为，如果我们知道社会上每个人对公共产品的需求曲线，那么，我们也能通过把每个人的需求曲线叠加而得出社会对公共产品的需求曲线。

<<微观经济学>>

编辑推荐

《高等院校经济管理类专业型系列教材:微观经济学》可作为应用型普通高等院校经济管理类各专业的教学用书,也可作为经济类相关从业人员的教育培训和参考学习用书。

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>