

<<产业经济学与组织（上下）>>

图书基本信息

书名：<<产业经济学与组织（上下）>>

13位ISBN编号：9787505824010

10位ISBN编号：7505824015

出版时间：2001-1

出版时间：经济科学出版社

作者：[英] 多纳德·海（Donald A. Ha

页数：1192

字数：980000

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>

<<产业经济学与组织（上下）>>

内容概要

近年来，无论是从理论分析的经验研究看，还是从大学酶和研究生开设的课程看，产业经济学都已成为经济分析的一个主要领域。

这本从最初的课堂讲义和系列学术讲座发展而成为教材，其目的即为满足这类教学的需要。

无论是从理论分析和经验研究看，还是从大学本科和研究生开设课程的数目看，产业经济学都已成为经济分析的一个主要领域。

本书仍是为本科生和研究生提供非常完整而又可以理解的产业经济学知识。

<<产业经济学与组织(上下)>>

书籍目录

第一篇 导论 第1章 产业经济学展望 1.1 引言 1.2 早期的企业理论 1.3 垄断竞争 1.4 张伯伦之后的发展 1.5 产业经济学的框架 1.6 企业的被动行为与主动行为 1.7 本书的结构 第二篇 市场分析 第2章 成本与供给条件 2.1 单个工厂的生产、成本与规模经济 2.2 规模经济与企业 2.3 实证成本曲线 2.4 生存技术 2.5 结论 第3章 寡头市场中的战略与定价 3.1 引言 3.2 经典寡头理论与一期模型 3.3 基本模型的扩展 3.4 多期模型中的寡头竞争 3.5 合谋与卡特尔 3.6 对于潜在竞争的战略反应 3.7 结论 第4章 产品差异 4.1 引言 4.2 垄断竞争再阐述 4.3 产品差异：可供选择的分析框架 4.4 差异产品市场定价与均衡 4.5 差异产品市场中的对潜在竞争的策略性反应 4.6 经验证据 4.7 结论 第5章 广告 5.1 广告支出模型 5.2 广告与消费者行为 5.3 广告与市场结构 5.4 广告与进入壁垒 5.5 广告的其他方面 5.6 结论 第6章 纵向市场关系与价格歧视 第7章 定价实践 第8章 市场结构与赢利能力 第三篇 企业行为 第四篇 公共政策

<<产业经济学与组织（上下）>>

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>