

<<企业管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<企业管理经济学>>

13位ISBN编号：9787509604304

10位ISBN编号：7509604303

出版时间：2009-1

出版时间：经济管理出版社

作者：阿兰·格里菲斯（Alan Griffiths），斯图尔特·沃

页数：631

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;企业管理经济学&gt;&gt;

## 前言

如何使用本书 本书适用于初人大学者，并综合了经济学、商业和管理等学科。全书采用了一种交互式方法，即通过大量案例研究和自我测试来帮助学生来学习本书，而不是采用一贯的被动式阅读习惯。

本书应用了大量经济学模型来帮助理解企业和管理的不同职能和战略领域。

本书列举了微观经济学和宏观经济学的主要原则，并把这些原则应用于决策制定者的实际环境之中。

本书详细分析了决策制定者所处的政治、法律、人口、社会文化以及伦理等环境因素。

取自于真实的商业生活之中的大量最新的案例材料分布在每一章并加以讨论。

尽管本书所用的许多材料都以英国市场为主，但欧盟和全球市场发生的商业活动也在本书中得以提及。

本书还论述了国内和国际商业活动所面临的规章和制度环境。

尽管学生们可以找到所有问题、练习和测验的答案，但是为了便于教学，这些答案收录于讲师手册之中，而且讲师手册只适用于讲师。

例如，由于每一章中的案例研究有可能用于课堂讨论，所以每一个案例研究末尾问题的详细答案只有在讲师手册中可以找到。

同样，由于每一章末尾的实践评估问题也有可能用于课堂讨论，因此该问题的答案也只能在讲师手册中找到。

众多学生和讲师会参与到课堂讨论之中，因此可以根据案例研究和实践评估材料修订教学计划并丰富教学资源。

尽管宏观商业环境和微观商业环境之间的区分具有主观性，但是许多问题的有效分析需要结合宏观和微观视角。

本书第一部分分为8章，主要是以微观商业环境为主。

第二部分也分为8章，主要是以宏观商业环境为主。

每一章都聚焦于某一特定主题，并在开头介绍了本章的学习目标。

学习目标为学习本章提供了实用的引导，而章节末尾总结了本章内容的关键点以及关键术语的定义。

每一章具备的其他特征还有：问题、练习和测验。

在每一章的不同位置学生们会见到许多问题、练习和测验，并可以以此来检验自己对材料的理解程度。

所有问题、练习和测验的答案见于本书末尾。

案例研究材料。

每一章都有4-5个精选的最新案例，用来体现相关章节的思想。

每一个案例研究的末尾都有相关问题来引导学生思考，而这些问题答案可以在讲师手册中找到。

评估练习。

在每一章的末尾都有一系列多项选择题、数字问答题以及启发性问题，配对和对错问题，以及短文评论题。

这些问题可以用来检测学生对各章的理解程度，并可以帮助学生以此来准备期末考试和课外作业。

问题的相关答案可以参见讲师手册。

## <<企业管理经济学>>

### 内容概要

《企业管理经济学》介绍了微观经济学和宏观经济学的各种重要原理，并把这些原理应用于商业决策者可能会遇到的各种实际情形之中。

如果有抱负的决策者们能够充分理解《企业管理经济学》中的各种商业管理的职能性和战略性原则，那么他们必将受益于《企业管理经济学》的经济学分析。

《企业管理经济学》还详细论述了决策者们经常面临的政治、法律、人口、社会文化、伦理等商业环境问题。

重要特征：《企业管理经济学》采用了一种紧密互动和高度参与的方法，而且问题、练习和测验贯穿于全书。

测验和问题的答案参见《企业管理经济学》末尾部分内容。

《企业管理经济学》每一章都列举了大量最新素例研究材料。

这些案例反映了英国、欧盟乃至全世界当前面临的商业问题和政府对策。

《企业管理经济学》每章末尾部分都列举了长短不一的问题，便于读者自学。

《企业管理经济学》是专门针对那些学习基础经济学、企业经济学或商业环境等课程的学生撰写的，对于经济学专业或企业管理专业的低年级大学生或同等学力的学生来说，《企业管理经济学》是非常实用的辅助学习工具。

阿兰·格里菲斯，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院经济学高级讲师。

斯图尔特·沃尔，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院商业和经济学教授。

## &lt;&lt;企业管理经济学&gt;&gt;

## 作者简介

阿兰·格里菲斯，学士学位，理工科硕士学位，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院经济学高级讲师。

他曾任英国威尔士——阿伯斯威大学经济学辅导教师，他还担任过日本东京上智大学国际交流基金会的访问学者，以及日本横滨大学国民经济研究院的研究员。

他曾撰写过大量书籍和文章。

斯图尔特·沃尔，学士学位，理工科硕士学位，安格里亚理工大学阿希克夫国际两学院商业和经济学教授。

他曾任剑桥大学的访问学者、导师和主考官。

他还担任过经合组织（OECD）理事会的科学、技术和工业顾问，以及英国众多商业和经济学学位授予机构的成员。

他曾撰写过大量书籍和文章。

乔治·卡罗尔，学士学位，文科硕士学位，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院商业和经济学讲师，涉及微观经济学、商业分析、管理决策。

他拥有丰富的行业研究经验，而且撰写过大量文章。

《企业管理经济学》第6章内容由她负责编写。丽塔·卡罗尔，学士学位，文科硕士学位，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院商业和经济学讲师。

她专攻社会经济问题、国际商业和商业经济学。

《企业管理经济学》第11章内容由她负责编写。

大卫·麦克卡斯基，MBA，科尔切斯特学院市场营销和管理学讲师。

他拥有丰富的服务行业管理研究经验，两且在众多管理杂志上发表过文章。

他发表的文章可参见[www.wivenhoe.gov.uk/People/rnccaskey.htm](http://www.wivenhoe.gov.uk/People/rnccaskey.htm)。

《企业管理经济学》第16章内容由他负责编写。

玛格丽特·奥奎格利，学士学位，理工科硕士学位，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院经济学讲师。

他专注于宏观经济学的研究，例如货币经济学和国际经济学。

他的研究课题包括金融泡沫和足球财政。

《企业管理经济学》第9章和第10章内容由他负责编写。

乔纳森·威尔森，学士学位，安格里亚理工大学阿希克夫国际商学院国际营销学讲师。

他专注于中英电子商务关系研究。

他在各个国际联合会中发表过多篇论文，如中国经济联合会。

他还在亚太市场营销和物流研究杂志上发表过文章。

《企业管理经济学》第14章内容由他负责编写。

## &lt;&lt;企业管理经济学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场和资源分配 导言需要、有限资源和选择需求曲线及函数供给曲线及函数价格决定市场价格和需求量的变化在不同经济体制下的资源分配 关键术语 关键知识点 评估练习

第2章 需求、收入和消费者行为 导言需求价格弹性 (PED) 需求价格弹性和收入总收入、平均收入和边际收入 PED和税赋负担 其他需求弹性 维布伦效应 (Veblen effect) 与消费者行为 消费者剩余效用和消费者行为 关键术语 关键知识点 评估练习

第3章 供给、生产和成本 导言生产要素整合生产要素：报酬规律 生产成本：短期生产成本：长期从短期和从长期来看决定是否生产 供给价格弹性 (PES) 外包和成本 政府和位置 和成本 生产者剩余 关键术语 关键知识点 评估练习

第4章 商业组织，目标和行为 导言商业组织的类型 商业目标：最大化公司目标：非最大化行为公司目标重要吗？ 利润、伦理和环境 公司行为 公司治理 关键术语 关键知识点 评估练习

第5章 公司规模、合并和“公众利益” 导言中小企业 (SMES) 小公司的生存 小公司和英国经济 公司规模的增长 合并：谁受益？ 购并活动的类型 对合并事件的解释 公司分拆 合并与公众利益 关键术语 关键知识点 评估练习

第6章 市场结构 导言完全竞争 可竞争性 市场理论 垄断 垄断竞争 寡头 垄断 关键术语 关键知识点 评估练习

第7章 劳动力和其他要素市场 导言要素报酬和派生需求 各个职业在工资和就业上的差异 非完全竞争的劳动力市场 劳动力市场的买方垄断：雇主协会 英国劳动力市场规则 欧盟社会公约 工作和生活的平衡 性别和年龄歧视 机会收益和经济租金 关键术语 关键知识点 评估练习

第8章 市场失灵，调节和竞争 导言市场失灵的类型 纠正市场失灵 规章放松管制和私有化 公司私有化 规章 英国竞争政策 欧盟竞争政策 关键术语 关键知识点 评估练习

第9章 国民收入核算 导言国民收入 国民收入：定义和核算 国民收入：国际比较 循环流的组成部分 收入循环流的均衡：漏出 (W) 与注入 (J) 方法 循环流均衡：45度图 两种方法对比 国民收入的变化 国民收入乘数理论 通货膨胀缺口和通货紧缩缺口 关键术语 关键知识点 评估练习

第10章 政府政策：手段和目标 导言财政政策 税收 政府开支 财政政策和稳定力量 货币政策 总需求和总供给 分析 通货膨胀 就业和失业 国际收支 汇率

## 章节摘录

**直接税与间接税** 这里我们要更加详细地研究直接税体系和间接税体系的优势和劣势。我们从四个主题出发来对比这两个体系。

在每一个主题下，我们首先分析间接税。

**宏观经济管理** 间接税与直接税相比更容易发生变化，且会产生更直接的效果。

1961年颁布的《金融法》规定，英国财政部部长在两个预算报告发布日之间的任何时期都有权力（调控者）调整间接税率。

消费税和进口税的变化以10%为上限，增值税以25%为上限（例如介于13.13%和21.87%之间的17.5%增值税率）。

相反，直接税只能在预算报告期调整。

以收入税为例，收入税率的任何变化都需要耗费大量时间去修订收入调节税代码。

**经济激励** 我们在前面内容已经了解到，直接税是如何在理论上和实践中从收入效应上激励人们延长工作时间的。

我们没有在理论上和实践中发现哪种效应抑制人们去工作，然而，人们常常认为，如果间接税与直接税的数额相同，那么间接税带来的抑制效应非常不显著。

一些人常常说，间接税与直接税相比更不易为人们察觉，因为它已经成为商品价格的一部分。

然而，其他人认为，消费者非常了解间接税对价格水平的影响。

当然，对于需求相对无弹性的产品来说，如果间接税越高，那么消费者面临的产品价格也就越高，因此，间接税与直接税相比更不易为消费者察觉。

**经济福利** 人们有时认为从福利上来说间接税与直接税相比更为可取，因为间接税给予纳税人以自由选择权。

例如，人们不消费应税产品就可以逃避纳税。

但是，间接税的这种自由选择权只适用于特定个人和特定税项，而不是适用于所有人和所有税项。

换句话说，间接税并不是对所有的产品都具有自由选择权。

如果财政部部长打算通过间接税体系来提高政府税收收入，那么他必须根据消费者不会消费哪些应税产品来统计税率提高比率或扩大产品和服务的应税范围。

支持间接税的另一种福利观点是，间接税可以消除“外部性”。

在第8章中，我们注意到当私人成本和社会成本不同时，外部性现象就会出现。

当私人生产成本低于社会成本时，政府需要通过征收间接税或提高间接税来加以调节，这样提升后的价格就可以真实地反映社会生产成本。

之所以针对烟酒征税就是基于以上原因。

通过区分不同的产品和服务，间接税可以实现资源的再分配，从而提高整个社会的经济福利。

<<企业管理经济学>>

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>