

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787542618948

10位ISBN编号：7542618946

出版时间：2004-5

出版时间：三联书店上海分店

作者：郁义鸿等编

页数：417

字数：450000

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>

<<管理经济学>>

内容概要

《管理经济学》以经济学原理为基础，强调培养管理者的经济学直觉感，强调借助于理性思维的穿透力透视实践中的经营决策问题。

任何事物的运动总是有规律可循的，市场经济中的竞争也不例外，因此，把握这种规律，对于企业在激烈的市场竞争中谋求生存与发展是非常重要的。

《管理经济学》的有关知识是现代企业管理者的知识结构中所不可或缺的组成部分，它是整个管理学体系的一块基石。

一个高素质的管理者，不能不具备经济学思维的能力。

本着这一精神，这次修改中最重要的调整体现在两个方面，一方面是强化了市场结构分析中的竞争与寡头垄断的竞争策略部分。

我们将垄断竞争市场中的论题分出单独一章来加以讨论，重点讨论了产品差异化和广告策略的制定。事实上这两种重要的策略也是寡头垄断市场中的主要竞争手段，但对于垄断竞争市场的企业策略的制定具有更为重要的意义。

在寡头垄断市场分析中，我们增加了经典的古诺模型和伯川德模型的内容。

这两种模型尽管有着较为抽象的理论假定，但它们充分揭示了寡头垄断市场竞争的基本特性。

特别是在现代经济学用两阶段博弈的概念来运用这些模型的时候，对于我们现实中的竞争就具有更重要的启发意义。

另一方面的调整是，我们在几乎每一章中都增加了若干具新鲜案例，并对书末的所有案例都作了更新。

案例教学是工商管理教学的一大特点，也是我们将经济学理论与现实中的企业经营结合的最佳方式。

因此，我们在每个案例的最后都提出了一些值得思考的问题，试图通过学员对这些问题的思考和讨论，能够加深对经济学原理的理解，并能学会如何在实践中的应用这些原理。

在教学中，建议教师对两类案例采用不同的使用方法。

对于每章中间的案例，可要求学员在课前预习，并在课堂上直接进行讨论。

对于书末的大案例，建议进行小组讨论，并要求每个小组提交一份案例分析报告。

书籍目录

第一章 导论 第一节 管理经济学的内涵 第二节 经济学原理与企业决策 第三节 基本概念与分析框架 思考与练习第二章 需求、供给与市场均衡 第一节 需求与需求函数 第二节 供给与供给函数 第三节 市场均衡 思考与练习第三章 需求弹性分析 第一节 需求的价格弹性 第二节 需求的收入弹性 第三节 需求的交叉价值弹性 第四节 市场需求的估计 思考与练习第四章 生产技术及其选择 第一节 生产函数 第二节 短期生产函数与生产决策 第三节 长期生产函数与要素组合比例 思考与练习第五章 成本分析及其应用 第一节 经济学的成本概念 第二节 短期成本分析 第三节 长期成本分析 第四节 学习曲线 第五节 成本函数的估计 第六节 成本分析的应用 思考与练习第六章 完全竞争市场分析 第一节 市场与市场结构 第二节 完全竞争市场中的短期供给 第三节 完全竞争市场中的长期供给 第四节 消费者剩余、生产者剩余与政府规制 第五节 纯粹竞争 思考与练习第七章 垄断与垄断势力 第一节 垄断的形成 第二节 垄断企业的利润最大化 第三节 对垄断的评价与政府规制 第四节 垄断企业的特殊问题 第五节 垄断势力及其规制 思考与练习第八章 垄断竞争市场中的企业策略 第一节 垄断竞争市场及其均衡 第二节 产品差异化 第三节 利润最大化的广告决策 思考与练习第九章 寡头垄断市场中的竞争与合作第十章 寡头博弈与竞争策略的选择第十一章 利润最大化定价策略第十二章 市场失灵与政府规制案例一 “软黄金” 还值多少钱案例二 美国的食糖价格支持政策案例三 美国纸巾市场的竞争案例四 移动通信3G标准之争问题讨论

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>