

<<消费经济学>>

图书基本信息

书名：<<消费经济学>>

13位ISBN编号：9787560824604

10位ISBN编号：7560824609

出版时间：2002-1

出版时间：同济大学出版社

作者：田晖

页数：280

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>

前言

正当我校推行以全面提高学生素质为中心地教育，实施“知识、能力、人格”地培养模式地时候，由我校文法学顾钰民教授主持并发动几十位教师，共同编写一套《大学人文社科丛书》，这是很由意义地事，因此，我很乐意应约这个序言。

这套丛书出版地意义在于合乎当前倡导地素质教育地方向。

人地素质当然可以由不同地区分方法，但大致可分位政治素质、道德素质、知识素质、技能素质、身体素质、心理素质等诸方面，但归根结蒂，主要是在“为人”和“为学”两各方面，在“为人”和“为学”之间，“为人”比“为学”更重要，“为人”就是首先确立作一各由骨气中国人，愿意为国家和社会贡献自己的力量。

人文教育是一切素质教育的基础，也是培养学生学会做人、铸造崇高人格的最为直接的教育内容之一

。

<<消费经济学>>

内容概要

《消费经济学》系统论述了消费经济基本理论与实践的一系列问题，对我国经济改革以来消费领域出现的新情况、新问题和新经验作了探讨和阐述，对市场经济条件下消费经济的发展趋势作了分析。

《消费经济学》内容全面系统，分析层次清晰，既体现出经济理论的系统性，又与我国改革开放的社会实践紧密结合，具有实证性。

这是一本大学生学习消费经济学的合适教材，也可供各类经济管理人員和经营人員作为自学参考用书。

<<消费经济学>>

作者简介

顾钰民，1952年生，教授，经济学博士。

现任同济大学文法学院副院长，中国经济规律系统研究会和上海市经济学会的理事，中国“海派经济论坛”秘书长教育部马克思主义理论课和思想品德课教学指导委员会委员，是全国高校“两课”优秀教师和知名教授。

长期从事马克思主义经济学、西方经济学和社会主义经济学的教学和研究，精通西方经济学、马克思主义经济学和当代中国经济学。

个人独著《现代西方经济学》、《世界市场经济体制六种模式》、《当代中国经济发展研究》《中国保税区》等；合著《保守的理念——新自由主义经济学》、《中国经济转型与发展研究》、《中外国有企业与国家的关系研究》等；主编教材《马克思主义政治经济学原理》、《中国社会主义建设》等教材4本；在各类杂志上发表论文80多篇。

多次承担教育部和上海市的社会科学基金项目。

田晖，女，1960年3月生，山西省晋中市人，现为同济大学文法学院经济学副教授，主要从事社会主义经济理论、政治经济学、消费经济学研究。

发表学术论文20篇，多次获省级以上奖励。

代表作有：《社会主义市场经济与企业制度》、《邓小平理论研究与教育》、《三只眼睛看资本》等。

。

<<消费经济学>>

书籍目录

第一章 消费经济学地研究对象和方法第一节 消费经济学是一门独立的学科第二节 消费经济学的研究对象第三节 研究消费经济学的方法及其必要性第二章 消费需要第一节 消费需要的内容及其地位第二节 消费需要的影响因素和发展趋势第三节 消费需要结构与产业结构第三章 消费水平第一节 消费水平测定的指标体系第二节 消费水平与经济增长第三节 影响消费水平的因素第四节 最低消费水平与合理消费水平第五节 提高消费水平的途径第四章 消费结构第一节 消费结构的涵义与分类第二节 影响消费结构的主要因素第三节 消费结构的发展变化趋势第四节 消费结构合理化第五章 消费方式第一节 消费方式及其与生产方式的关系第二节 影响消费方式的因素第三节 个体消费与群体消费第四节 建立文明健康科学的消费方式第六章 家庭消费第一节 家庭消费的地位和内容第二节 家庭收和支出第三节 我国家庭消费的发展趋势第七章 劳务消费第一节 什么是劳务消费第二节 劳务消费的特点和作用第三节 影响劳务消费的因素及劳务消费的发展趋势第四节 影响劳务消费的途径第八章 消费市场第一节 消费市场的形成和作用第二节 消费市场的类型和特点第三节 消费市场的供求平衡第四节 建立和完善消费市场体系第五节 消费市场的国际化第九章 消费心理与消费者行为第一节 研究消费心理与消费者行为的意义第二节 消费心理第三节 消费者行为第四节 加强对消费心理和消费者行为的引导第十章 消费习俗消费流行第一节 消费习俗第二节 消费流行第三节 消费习谷与消费流行的发展趋势第十一章 消费热点第一节 研究消费热点的意义第二节 我国近期的消费热点第三节 如何使消费热点成为新的经济增长点第十二章 消费信贷在中国地发展.....第十三章 保护消费者权益第一章 消费经济学地研究对象和方法第一节 消费经济学是一门独立的学科第二节 消费经济学的研究对象第三节 研究消费经济学的方法及其必要性第二章 消费需要第一节 消费需要的内容及其地位第二节 消费需要的影响因素和发展趋势第三节 消费需要结构与产业结构第三章 消费水平第一节 消费水平测定的指标体系第二节 消费水平与经济增长第三节 影响消费水平的因素第四节 最低消费水平与合理消费水平第五节 提高消费水平的途径第四章 消费结构第一节 消费结构的涵义与分类第二节 影响消费结构的主要因素第三节 消费结构的发展变化趋势第四节 消费结构合理化第五章 消费方式第一节 消费方式及其与生产方式的关系第二节 影响消费方式的因素第三节 个体消费与群体消费第四节 建立文明健康科学的消费方式第六章 家庭消费第一节 家庭消费的地位和内容第二节 家庭收和支出第三节 我国家庭消费的发展趋势第七章 劳务消费第一节 什么是劳务消费第二节 劳务消费的特点和作用第三节 影响劳务消费的因素及劳务消费的发展趋势第四节 影响劳务消费的途径第八章 消费市场第一节 消费市场的形成和作用第二节 消费市场的类型和特点第三节 消费市场的供求平衡第四节 建立和完善消费市场体系第五节 消费市场的国际化第九章 消费心理与消费者行为第一节 研究消费心理与消费者行为的意义第二节 消费心理第三节 消费者行为第四节 加强对消费心理和消费者行为的引导第十章 消费习俗消费流行第一节 消费习俗第二节 消费流行第三节 消费习谷与消费流行的发展趋势第十一章 消费热点第一节 研究消费热点的意义第二节 我国近期的消费热点第三节 如何使消费热点成为新的经济增长点第十二章 消费信贷在中国地发展.....第十三章 保护消费者权益

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>