

<<西方经济学>>

图书基本信息

书名：<<西方经济学>>

13位ISBN编号：9787122027931

10位ISBN编号：7122027937

出版时间：2008-8

出版时间：李亚卿 化学工业出版社 (2008-08出版)

作者：李亚卿 编

页数：268

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>

<<西方经济学>>

前言

教学活动实际上是学生在教师的带领下共同发现真理的过程。

作为教学活动重要工具的教材，既要服务于教师的教学设计，也应关注学生的偏好和已有的知识背景。

本书用数学分析的语言铺垫模型，用经济学的事例循序渐进培育学生的数学思维习惯，让学生在经济问题的分析中体会到数学的美，这是本书编写的出发点。

有人说，教材对于教师就像菜单对于侍者，这种表述尽管不完全准确，但很有启发性。

菜单的色、香、味俱全的立体感，菜名中对原料和制作工艺明晰的表述，甚至还有口味与食后感觉的提示，是激发欲望的重要因素。

经济学是一门实证性非常突出的学科，一个理论的提出要经过反复实验，并以大量的经验数据为支撑。

经济学家们还要巧妙地把他的实验结论用简明的数学模型表述出来，反复实验，不断修改完善模型，使之脱胎换骨成为经典。

经济学的社会应用大约要经过30年的检验，才会被人们广为接受。

经济学的模型来源于经济生活，但高于经济生活，它是对经济生活的精度锤炼，像诗词、像哲理、像格言。

人本主义认为，人生有两个目标，一是物质的满足，一是思想的丰富。

正如那句罗马人的格言：人不仅要学会生活，还要学会航海。

还有更浅显的解读：生活既是散文也是诗，是二者始终不渝的关联。

经济学的内容指导人们如何有效地利用稀缺资源，经济学模型化的表述形式孕育出人们理性的思维。

本教材编写大纲由李亚卿提出。

，经编者集体讨论后确定，具体的编写分工如下：李亚卿，第五、六、七、八、九、十、十七章，以及导言、附录部分；刘建铭，第一、二、三、四章；殷建国，第十一、十二、十三、十四、十五章；赵翠红，第十六、十八、十九、二十章；赵水根，第二十一、二十二、二十三、二十四章。

在教材编写过程中，我们借鉴了国内外有关的论著和教材，在此一并表示谢意！

经济学的学科发展日新月异，其改革与创新当无穷期，虽经十分努力，参考了大量文献，但仍有遗漏，加之编者水平所限，因此书中难免存在不足，恳请读者批评指正。

<<西方经济学>>

内容概要

《高职高专“十一五”规划教材·西方经济学》用数学分析的语言铺垫模型，用经济学的事例循序渐进培育学生的数学思维习惯，让学生在经济问题的分析中体会到数学的美。

《高职高专“十一五”规划教材·西方经济学》主要内容包括：供求原理，消费者行为分析，价格变化对消费者选择的影响，风险规避、风险投资与跨期最优决策，生产者行为分析，成本函数与利润函数，不同市场组织中的企业利润最大化决策，博弈论，信息经济学，一般均衡分析，外部性与公共物品，国民经济总量的核算，古典宏观经济模型，凯恩斯主义模型，索洛增长模型，无限期界与代际交叠模型，内生增长模型，理性预期，真实经济周期，新凯恩斯主义，消费理论，投资理论，失业理论，通货膨胀理论等内容。

《高职高专“十一五”规划教材·西方经济学》适合作为高职高专经济类专业的教学用书，同时又是经济学读者的参考读物。

<<西方经济学>>

书籍目录

上篇 微观经济学第一章 供求原理第一节 市场需求第二节 市场供给第三节 供求均衡第四节 供求弹性分析第五节 蛛网模型本章小结基本概念实训练习第二章 消费者行为分析第一节 消费者的偏好与效用第二节 消费者的预算约束第三节 消费者最优第四节 支出函数本章小结基本概念实训练习第三章 价格变化对消费者选择的影响第一节 价格变化的替代效应与收入效应第二节 斯拉茨基方程第三节 预算线的加总第四节 消费者剩余本章小结基本概念实训练习第四章 风险规避、风险投资与跨期最优决策第一节 风险资产的计量第二节 不确定性下的决策第三节 现值与套利行为本章小结基本概念实训练习第五章 生产者行为分析第一节 生产函数的一般特征-第二节 投入要素的变动第三节 长期生产函数与要素的组合比例第四节 生产扩张与规模收益第五节 齐次生产函数与范围经济本章小结基本概念实训练习第六章 成本函数与利润函数第一节 成本函数第二节 利润函数与供给函数第三节 要素需求函数本章小结基本概念实训练习第七章 不同市场组织中的企业利润最大化决策第一节 完全竞争市场第二节 完全垄断市场第三节 垄断竞争市场本章小结基本概念实训练习第八章 博弈论第一节 完全信息的静态博弈第二节 完全信息的动态博弈第三节 不完全信息的静态博弈第四节 不完全信息的动态博弈本章小结基本概念实训练习第九章 信息经济学第一节 逆向选择第二节 委托代理问题第三节 拍卖与机制设计本章小结基本概念实训练习第十章 一般均衡分析第一节 纯交换经济的一般均衡第二节 包含生产要素市场的一般均衡第三节 完全竞争市场与福利第四节 阿罗不可能定理本章小结基本概念实训练习第十一章 外部性与公共物品第一节 外部性的定义与庇古税第二节 科斯定理第三节 公共物品的使用原则第四节 最优税收规则本章小结基本概念实训练习下篇 宏观经济学第十二章 国民经济总量的核算第一节 宏观经济计量指标第二节 总供给与总需求第三节 衡量价格与失业的指标本章小结基本概念实训练习第十三章 古典宏观经济模型第一节 就业与产出的决定第二节 萨伊定律第三节 货币数量论第四节 古典传统信条的理论价值本章小结基本概念实训练习第十四章 凯恩斯主义模型第一节 凯恩斯理论的主要观点第二节 SLM模型第三节 非充分就业均衡本章小结基本概念实训练习第十五章 索洛增长模型第一节 早期的经济增长研究第二节 索洛模型的框架与假定第三节 索洛模型的推导第四节 稳态下储蓄率变化的影响本章小结基本概念实训练习第十六章 无限期界与代际交叠模型第一节 拉姆赛问题第二节 拉姆赛问题的动态分析第三节 戴蒙德模型第四节 戴蒙德模型的动态分析本章小结基本概念实训练习第十七章 内生增长模型第一节 AK模型第二节 宇泽-卢卡斯模型第三节 知识积累模型第四节 内生增长模型的扩展本章小结基本概念实训练习第十八章 理性预期第一节 适应性预期第二节 卢卡斯供给曲线第三节 理性预期的政策主张本章小结基本概念实训练习第十九章 真实经济周期第一节 对经济周期的早期研究第二节 真实冲击第三节 真实经济周期模型本章小结基本概念实训练习第二十章 新凯恩斯主义第一节 名义工资刚性第二节 名义价格刚性第三节 真实刚性本章小结基本概念实训练习第二十一章 消费理论第一节 消费传统第二节 绝对收入假说与相对收入假说第三节 生命周期假说与永久性收入假说第四节 随机游走假说本章小结基本概念实训练习第二十二章 投资理论第一节 加速原理第二节 新古典投资理论第三节 调整成本的投资模型本章小结基本概念实训练习第二十三章 失业理论第一节 结构性失业第二节 摩擦性失业第三节 效率工资模型本章小结基本概念实训练习第二十四章 通货膨胀理论第一节 货币需求第二节 货币超中性第三节 政府的通货膨胀政策本章小结基本概念实训练习附录一 诺贝尔经济学奖的由来及历届获得者简介附录二 实训练中部分计算题参考答案参考文献

<<西方经济学>>

章节摘录

第二章 消费者行为分析
消费选择取决于三个因素：对物品的偏好，物品的价格和个人的收入。当这三个因素给定后，最优消费组合的条件是：花在每个消费项目上的最后一元钱买来的满足程度相等。

第一节 消费者的偏好与效用
一、消费者偏好的比较
偏好（preference）是指人们对物品的喜欢程度，或主观评价。

不同的消费者有不同的偏好，这决定了每个人都会有各自的消费组合（consumption combination）。不同的消费组合的优劣分作三种情况。

假定有A和B两个消费组合，如果消费者认为A比B好，称A严格好于（strict preference）B。

记作： $A \succ B$ 。

如果消费者认为A与B没有区别，称A与B无差异（indifference）。

记作： $A \sim B$ 。

如果消费者认为组合A至少和B一样好，称A不次于（weak preference）B。

记作： $A \succeq B$ 。

关于消费者偏好有如下公理：（1）完备性（completeness）消费者的偏好具有可比性，如A、B两个消费组合的效用比较， $A \succ B$ 、 $A \sim B$ 、 $A \prec B$ （2）传递性（transitivity）如果 $A \succ B$ 且 $B \succ C$ ，那么一定有 $A \succ C$ 。

（3）连续性（continuity）如果把消费者的偏好画成一条曲线，它是一条平滑的曲线。

（4）严格单调性（strict monotonicity）如果消费组合A中每一种商品的数量都不少于消费组合B，而且至少有一种商品的数量比B多，那么A优于B。

（5）凸性（convexity）、假如有苹果和梨两种商品供我们消费，同时选择两种商品的消费组合一定比把钱都花在一种商品上为优，至少和它一样好。

如果以两种消费品为坐标轴来描述效用，它一定是一个凸向原点的线。

二、效用 效用是指消费者从消费中得到的主观上的享受或满足。

消费者新增加一单位商品消费所得到的效用量的增量称为边际效用（marginal utility）。

<<西方经济学>>

编辑推荐

<<西方经济学>>

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>