

<<管理者微观经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理者微观经济学>>

13位ISBN编号：9787300073057

10位ISBN编号：7300073050

出版时间：2006-7-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：克雷普斯

页数：534

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>

<<管理者微观经济学>>

内容概要

微观经济学和管理经济学类的教材已经很多，由经济学大师级人物写的此类教科书也很多，但用全新的思路来构建新的体系的教材则显得凤毛麟角，而本书作为一本优秀的中级微观经济学教材，在构建教材的新体系方面作了有建树的探索。

《管理者微观经济学》根据克雷普斯教授在斯坦福大学商学院对一年级MBA学员所授课程的讲稿写就。

全书以博弈论和策略思维理论为基石，创造性地将微观经济理论和企业的经营管理实践相结合，为读者思考管理问题提供了一个全新的视角。

本书文字通俗易懂，大部分章节都以简单但内涵深刻的案例作导引，深入浅出地向胸怀大志的管理者展示了如何利用经济学原理及模型来解决他们所面临的经营管理问题。

此外，作者还给出了匿名市场、个性经济学等概念，并且把许多以前看来与经济学无关的内容，如声誉、可信度等纳入了分析当中。

作者指出，受到近年来交易成本经济学、信息经济学和动态分析理论（如博弈论）的启发，如果将经济学和组织行为理论的分析整合，将大大提高经济学解释世界的能力。

本书的主要特点是：1、突出了博弈论和策略思维理论。

2、在阐述过程中，大量引用了现实生活中的一些著名公司和重要产业的案例，如：通用汽车、联合航空、微软、亚马逊和施乐，阐明了经济学的一般理论，寓教于事例，读来既生动有趣也大受启发。

3、提供了许多对想成就事业管理者有参考价值的经营管理方法，如：差别定价、波特的五力模型、风险分享和分担、信号显示和甄别、可信度和声誉、组织行为经济学。

4、对想学习经济学但数学基础又不好的读者提供了新的学习手段，尽管书中包括了微分的使用，但也提供了采用Excel电子表格完成同样分析的内容，可完全替代对微分的应用。

作者在网上还提供了该书涉及的主要的电子表格。

在体系安排上，作者提出了如下一种新的分析思路：一般意义上的、对买者与卖者究竟是谁都无关紧要的所谓匿名市场；个性对市场交易有重要影响的市场，并提出了个性经济学的概念（personal economics），并且把许多以前看来与经济学无关的内容，如：对信念、可行度等纳入了分析。

本书特别适合MBA学生阅读，对经济管理类研究生和高年级本科生也非常适合。

<<管理者微观经济学>>

书籍目录

前言第1章 微观经济学？
为管理者而作？

第2章 经济学中最著名的图形第3章 边际这个边际那个第4章 需求函数第5章 对消费者行为模型化第6章 分销渠道和双重边际化问题第7章 差别定价（和剩余榨取）第8章 平均成本和边际成本第9章 技术和成本最小化第10章 多期生产和成本第11章 竞争企业和完全竞争第12章 市场效率第13章 税收、补贴、管制价格和配额第14章 外部性第15章 风险规避和预期效用第16章 预期效用：如何用于规范决策第17章 风险分摊与分担：证券与保险市场第18章 隐含信息、信号和甄别第19章 激励理论第20章 波特的五力模型和个性经济学第21章 非合作博弈理论第22章 互惠和串谋第23章 可信度和声誉第24章 交易成本经济学和企业理论第25章 经济学和组织行为索引译后记

<<管理者微观经济学>>

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>