

<<微观经济学>>

图书基本信息

书名：<<微观经济学>>

13位ISBN编号：9787301159170

10位ISBN编号：730115917X

出版时间：2010-1

出版时间：北京大学出版社

作者：[美] 道格拉斯·伯恩海姆,迈克尔·惠斯顿

页数：841

译者：项婷婷,厉行 周黎安 审校

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>

<<微观经济学>>

前言

我们每一个人都面对着无穷无尽的经济选择。

有的选择属于个人问题，譬如把钱用来买新车，还是存起来供退休之用；有的选择属于商业问题，譬如投资于低成本、高效的生产技术，还是开发新产品；还有的选择属于公共政策问题，譬如把选票投给学校公债的发起人，还是特色医疗改革的倡导者。

有时，我们依靠常识就能做出很好的经济决策，不过在许多情况下，掌握基本的微观经济学原理，能帮助我们理解选择的后果、制定更好的决策。

我们写作本书的目的，是希望在向学生讲解中级微观经济学的同时，激发他们对本学科的兴趣，帮助他们掌握本学科的工具，引导他们“像经济学家一样思考”。

大多数学生最后不会成为经济学家，但不论他们将来是要制定商业决策、设计公共政策，还是打理个人资金，微观经济学工具都能发挥无可限量的作用。

学习策略本书将向学生介绍微观经济学原理中必须掌握的基础知识，适用于商业方向和政策方向的课程。

尽管目前已有许多不错的微观经济学教材，本书仍具有一些明显的优势：简明性：本书对微积分没有要求。

微积分的相关知识的确有用，但是我们认为，不必使用微积分也能让学生牢固地掌握微观经济学原理，解决实际定量问题。

清晰性：晦涩的讲解会让本来就极富挑战性的微观经济学课程更加难懂。

我们尽量确保本书的语言简洁明了，讲解清楚直观，图表直击重点。

时效性：本书涵盖了微观经济学领域激动人心的最新发展，包括博弈论、信息经济学（第21章）和行为经济学等。

与此同时，本书也会从较为新颖的角度介绍微观经济学的传统核心主题，包括边际分析、消费者理论、生产者理论、垄断和寡头垄断等。

理论的应用则包括对时事问题的讨论。

准确性：有时，作者为了突出某些观点，会在教科书中夸大事实。

我们认为这并不是理想的做法。

只要讲得够清楚，就没有夸大的必要。

本书力求“实话实说”，同时确保讲解清楚易懂。

实用性：一些不要求微积分的教科书，仅教授学生用画图的方法来阐明问题（譬如说预算约束下的消费者选择问题）。

这种教学法对数学训练较少的学生并无益处。

事实上，只要找到恰当的切入点，学生就能运用简单的代数方法解决多种定量问题。

我们将这种创造性的方法与例题和课堂练习相结合，帮助数学背景不同的学生利用微观经济学工具解决问题。

相关性：学生有必要知道为什么他们要学习课本中的主题。

有的教科书虽向学生保证新引入的概念一定有用，一般的学生却很难看出这些概念到底有用在哪里。

<<微观经济学>>

内容概要

注重用直观的语言“严谨”地表述经济学的逻辑。

经济学让一般读者望而却步的障碍在于大量的数学公式和复杂的模型，本书的突出特色在于，学生无须具备微积分的知识，也可理解本书的内容，进而清晰地表达经济学的思想。

反映了微观经济学的最新进展，比如用了一整章介绍方兴未艾的行为经济学，尤其是伯恩海姆教授直接参与其中的“神经经济学”（neuroeconomics）的前沿发展。

此外，本书还介绍了一般中级微观教科书不涉及的产业组织的一些重要理论。

作者使用了大量生活中的实例或商业案例来说明书中的重要概念。

这些例子生动有趣，贴近日常生活，便于学生更为直观地把握经济学概念和理论，从而给读者带来更多的阅读享受和学习乐趣。

<<微观经济学>>

作者简介

作者：(美国)道格拉斯·伯恩海姆(B.Douglas Bembeim) (美国)迈克尔·惠斯顿(Michael D.whinston) 译者：项婷婷 解说词：周黎安 厉行道格拉斯·伯恩海姆（B.Douglas Bembeim），曾获克拉克奖提名的世界顶级经济学家，哈佛大学管理学硕士，麻省理工学院博士，现为斯坦福大学经济学教授，同时还在普林斯顿大学经济学系和西北大学凯洛格管理学研究生院金融系授课。
迈克尔·惠斯顿（Michael D.whinston），美国著名经济学家，宾夕法尼亚大学硕士、MBA，麻省理工学院博士，现为美国西北大学经济学教授，此前曾任教于哈佛大学。

<<微观经济学>>

书籍目录

第一篇 绪论	第1章 引言	第2章 供给与需求	第3章 收益与成本的平衡	第二篇 经济决策
第一部分 消费决策	第4章 原理与偏好	第5章 约束、选择与需求	第6章 从需求到福利	第二部分 生产决策
第二部分 生产决策	第7章 技术与生产	第8章 成本	第9章 利润最大化	第三部分 与决策相关的其他主题
与决策相关的其他主题	第10章 涉及时间的选择	第11章 涉及风险的选择	第12章 涉及策略的选择	第13章 行为经济学
第13章 行为经济学	第三篇 市场	第一部分 竞争市场	第14章 均衡与效率	第15章 市场干预
第15章 市场干预	第16章 一般均衡、效率和公平	第二部分 市场失灵	第17章 垄断	第18章 定价政策
第18章 定价政策	第19章 寡头垄断	第20章 外部性与公共品	术语表	

<<微观经济学>>

章节摘录

插图：市场最为常见的经济分散化形式就是市场。

市场（market）是一种经济制度，它为人们提供买卖商品和服务的机会与规则。

市场规则有时依外在规定，有时随惯例习俗。

譬如说，我们可以比较一下，美国纽约证券交易所企业股票的买卖必须遵守严格的规章制度，而露天集市只需依循松散的惯例就可以了。

微观经济学分析中，每一个市场都对应着在特定地理区域内销售的一组密切相关的产品。

譬如说，我们可以考察波士顿的冰淇淋零售市场。

不过，我们通常很难明确界定一组商品或一个地理区域的恰当边界。

譬如说，我们是把产品种类划分得细一点，具体到巧克力冰淇淋，还是划分得泛一点，把冰糕和冰冻酸奶也包括进来？

类似地，我们是考虑小一点的地理区域，如灯塔山，还是大一点的地理区域，如马萨诸塞州？

对经济学家来说，如果多种商品在很大程度上可以互换，就应划入同一个市场。

如果消费者愿意在冰糕和冰淇淋之间互换，经济学家就会把它们划入同一个市场。

类似地，如果灯塔山和后湾那些冰淇淋店的常客愿意到附近其他地区购买，经济学家也会把波士顿这些地区划入同一个市场。

假如就某种产品而言，任何一个地方的任何一个卖家都能与任何一个地方的任何一个买家做生意，那么全世界都可以划入同一个市场。

与经济学家不同的是，大多数人以为市场就是指特定的交易场所，比方说跳蚤市场、农贸市场，或者纽约证券交易所的交易大厅。

在经济学家看来，跳蚤市场并不能构成单一市场。

原因有两点。

首先，跳蚤市场上的产品种类繁多，小到短袜，大到沙发。

经济学家会把短袜市场和沙发市场区分开来。

其次，跳蚤市场的消费者通常也会当地的商店购买相同的商品。

对经济学家来说，短袜市场还应包括跳蚤市场消费者购买短袜的其他来源，如当地的服装百货商店甚至在线销售短袜的企业。

<<微观经济学>>

编辑推荐

《微观经济学》是由北京大学出版社出版的。

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>