

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787301160114

10位ISBN编号：7301160119

出版时间：2009-11

出版时间：北京大学出版社

作者：卢克·M.弗罗布(Luke M.Froeb),布赖恩·T.麦卡恩(Brian T.McCann)

页数：246

译者：李国津

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>>

前言

管理经济学是西方经济学的一个应用分支，它以微观经济理论为基础，借助决策科学的方法和工具，指导企业高效率地配置稀缺资源，帮助经理人员制定能使企业目标得以实现的经营决策。管理经济学自20世纪50年代产生以来，被国内外越来越多的商学院和管理学院定为必修课程。事实证明，这门课程对于培养管理专业学生的经济头脑和经营理念，掌握市场经济条件下企业经济决策的过程与方法是非常有用的。

我国在20世纪80年代初引进这门课程后逐渐在高校中推广和普及，现已成为管理学门类各专业本科生与研究生的重要课程之一。

我国开始MBA培养试点工作后，在1991年制订的《工商管理硕士试行培养方案》中把《管理经济学》定为五门学位课程之一。

1999年，全国MBA教育指导委员会修订教学大纲时把《管理经济学》列为第一门核心课程。

2004年在修订《关于工商管理硕士培养过程的若干基本要求》时再次把《管理经济学》定为各院校必须开设的核心课程之一。

《管理经济学》在中国多年的教学实践中，经历了从引进、消化和吸收到成熟、发展和创新的过程。教学人员针对中国具体的社会主义市场经济经营环境、企业经营的实际情况和具有特殊要求的教学对象，努力探索《管理经济学》的教学规律，在教学思想、教学内容、教学方法和教学手段上进行了全面的更新和改造，提高了教学水平和质量，取得了很好的教学效果。

《管理经济学》是一门应用经济学，是经济学体系中的一部分，这是毋庸置疑的。

但若是向管理专业或MBA学生教授《管理经济学》，由于这些学生们的特殊性质、具体要求和学习条件，需要在教学内容和方法上做出必要的调整与变化，才能取得较好的教学效果，学生们才能感到学习后马上就有收获。

这种情况在国内外都是如此，由卢克·M.弗罗布和布赖恩·T.麦卡恩撰写的《管理经济学：一种问题解决方式》一书反映了国外学者在这方面所作的努力。

本书作者之一卢克·M.弗罗布最初以传统方法教授《管理经济学》，因学生的满意度低，差点被学校解雇。

作者首先对《管理经济学》的原有内容进行了全面调整，没有重复照搬微观经济学的理论体系，而是从企业决策出发，介绍了在制定理性的、追求利润最大化企业决策时所必备的经济观念和经营理念。作者力求做到少而精，而不是多而差，这一点正好符合缺少充裕学习时间的在职学生们的要求。

作者在教学方法上进行了彻底的改变，放弃了传统的基于模型的教学法，而采用一种基于实际经营问题的教学方法。

作者先提出一个问题，比如固定成本谬误，然后教给学生相应的分析方法，让学生们计算各种解决方案的成本和效益，找出最优决策方案。

作者教给学生如何解决问题，而不是学习各种模型。

实践表明，这是教授MBA学生经济学课程的最好方法。

原因很简单，学生最需要的是了解并掌握“固定成本谬误”这样的企业经营黄金规律，而不是在课程结束之后知道“利润对价格的偏导数与固定成本无关”这个模型。

<<管理经济学>>

内容概要

本书不同于传统的管理经济学教科书，表现在：篇幅较短，只包括一些最重要的思想观念，因为少而精好于多而差。

本书遵循一种基于问题的教学法，而不是传统的基于模型的教学法。

本书没有用更多的篇幅教授效益-成本分析的机制方面内容，而是采用互动式教学。

本书面向三种不同的读者：适合于任何能够阅读和思维清晰的人，因为本书围绕企业经营问题进行教学，所以对于有工作经验的人更为有效。

可用于在职教育，包括学位项目和非学位项目。

适用于全日制MBA项目。

书籍目录

第一部分解决问题与决策第1章导论：本书内容第2章企业经营金律第3章效益、成本与决策第4章扩展（数量）决策第5章投资决策：前瞻与思后第二部分定价、成本与利润第6章简单定价第7章规模经济与范围经济第8章预测行业变化第9章如何保持利润不受侵蚀第三部分增加利润的定价第10章更现实和更复杂的定价第11章直接价格歧视第12章间接价格歧视第四部分战略决策第13章战略博弈第14章议价第五部分不确定性第15章不确定性决策第16章逆向选择问题第17章道德风险问题第六部分组织设计第18章使员工为了厂商的最大利益而工作第19章使事业部为了厂商的最大利益而工作第20章垂直关系管理第七部分总结第21章你若是咨询顾问结束语：走出课堂，投入实践——一个管理者所学到的东西练习答案专业术语表

章节摘录

让我们回到OVI的故事。

该公司在赢得地块拍卖之后，那位地质人员根据此地块上的石油储量估算量，提高该公司的石油储备数量。

可当时公司打出了一口基本干涸的油井。

该公司可以根据当时的油井情况确认新地块蕴藏的石油很少，所以收购该地块丝毫不能增加公司石油储备的规模。

这位地质人员再次研究了石油储量图，然后把储备估计量降低了2/3。

然而，高层经理反对这个修订估计量并指示这个地质人员尽其所能地加大估计储量的规模。

因此，他再次修订了储量图，在公司资产基数上加上了一个储备“增量”。

几个月之后，OVI的高管辞职，可是拿到的奖金是与其任职期间所增加的石油储备挂钩的。

奖金计划是把全部绩效表现联系在一起的关键证明。

你可以看出，出价过高和夸大石油储备估量的做法都是对激励因素的理性和自利的反应。

即使你不了解该地质人员的投标建议，你也会怀疑高管的出价行为，因为他们具有出高价的激励因素。

高管能够操控储备估计量，结果使股东及董事会成员难以发现错误。

要解决这个问题，就必须找到一个更好的方法把对经理人员的激励因素与公司目标结合在一起。

你想找到一种对提高利润率而非获取储备的管理人员进行奖励的方法。

但这并非想象的那么简单，因为衡量经理人员对公司利润率的贡献很困难。

可以利用年度绩效评估进行主观衡量，或者客观地把公司盈余或股票价格增值作为绩效指标。

我们在后面的章节中会看到，每一种衡量指标都存在的问题。

一般的，理性和自利的行动者会因两个原因犯错误。

一是他们没有足够的信息来制定良好的决策，二是缺乏制定良好决策的激励因素。

因此，使用理性—行动者范式来寻找产生问题的原因时，你只需要提出以下三个问题：不当决策是谁制定的？

决策者是否拥有足够的信息来制定良好决策？

是否具有使决策者制定良好决策的激励因素？

对这三个问题的回答将立即形成解决问题的方法，即让其他人制定决策。

给予决策者更多的信息。

改变对决策者的激励。

在OVI例子中，我们看到：（1）是高层管理人员制定了出价过高的不当决策，（2）他们拥有足够的信息制定良好决策，但是他们并没有制定良好决策的激励因素。

这些答案表明改变激励因素可能是解决此问题的一种方法。

当你在本书中读到各种企业经营错误时，应该自问上述三个问题，看你是否能够在阅读答案之前就可以认定并解决这些问题。

读完本书之后，这种分析应该成为你的第二天性。

<<管理经济学>>

媒体关注与评论

作者首先对《管理经济学：一种问题解决方式》的原有内容进行了全面调整，从企业决策出发，介绍了在制定理性的、追求利润最大化企业决策时所必备的经济观念和经营理念。力求做到少而精，而不是多而差，这一点正好符合缺少充裕学习时间的MBA学生的要求。

作者在教学法上进行了彻底的改变，放弃了传统的基于模型的教学法，而采用一种基于实际经营问题的教学法。

从企业实际经营管理出发，理论联系实际，以解决实际问题为目标，是本书的一大特色。

目前国内出版的管理经济学教科书有近百种之多（包括原版书），但像本书这样的具有全新体系和方法、理论联系实际、面向解决问题等特点的还不多见。

——天津大学 李国津教授

编辑推荐

《管理经济学：一种问题解决方式》是一本专门给MBA学生讲述如何用经济学知识处理商业问题的管理经济学教材。

书中没有经济学中深奥的理论，也没有更多的图形分析，完全是从解决商业问题的角度出发，而不是教学生各种经济、管理上的知识。

没有任何经济、管理背景的MBA学生通过《管理经济学：一种问题解决方式》的学习，完全可以做到用经济、管理知识解决商业问题。

是MBA教材的一种创新写法。

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>