

<<AP微观经济学30天速成真经>>

图书基本信息

书名：<<AP微观经济学30天速成真经>>

13位ISBN编号：9787511420459

10位ISBN编号：7511420451

出版时间：2013-4

出版时间：考天下学习网 中国石化出版社 (2013-04出版)

作者：考天下学习网 编

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>

<<AP微观经济学30天速成真经>>

内容概要

《AP微观经济学30天速成真经》在第一章绪论部分，给考生详细介绍了AP考试的由来、现状以及优势，帮助考生在备考时对于AP考试有一个简单的了解。

为了帮助考生更好的掌握知识点，《AP微观经济学30天速成真经》的定理展开内容均采用中文描述。每一章都分为“名师备课教案”、“重要知识点”、“习题”和“真题”四个小节。

教材的语言简单易懂，讲解清晰，与考试语言高度相似，是不可多得的好教材。

实战性与理论性同样重要，《AP微观经济学30天速成真经》在每一章之后都配有英文练习题目，包括真题和模拟试题，习题覆盖面广，英文解析清晰，在帮助考生巩固所学知识的同时，又增加真实的考场经验。

《AP微观经济学30天速成真经》在最后一部分附录中，收录了部分西方经济学的重点词汇，英汉对照，帮助考生在复习之余，增加词汇量，以便摆脱中文词汇的束缚，更好的适应英文考试。

<<AP微观经济学30天速成真经>>

书籍目录

第一章 绪论 一、AP考试介绍 二、AP微观经济学考试介绍 第二章 微观经济学概述 第一节 名师备课教案 一、什么是经济学 二、经济学的分析方法 三、微观经济学与宏观经济学 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第三章 供给和需求的基本理论 第一节 名师备课教案 一、微观经济学的特点 二、需求 三、供给 四、供求曲线的共同作用 五、需求弹性和供给弹性 六、蛛网模型 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第四章 消费者行为理论 第一节 名师备课教案 一、效用论概述 二、边际效用分析 三、无差异曲线分析 四、消费者均衡比较静态分析 五、替代效应与收入效应 六、消费者剩余 七、市场需求 八、不确定性和风险 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第五章 生产论 第一节 名师备课教案 一、企业的性质及经营目标 二、生产函数 三、短期生产函数 四、长期生产函数 五、等成本线 六、生产要素的最优组合 七、规模报酬 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第六章 成本和收益 第一节 名师备课教案 一、成本 二、成本函数 三、短期成本 四、长期成本 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第七章 完全竞争市场 第一节 名师备课教案 一、市场及市场结构类型 二、厂商的收益与利润 三、完全竞争市场概述 四、完全竞争的短期均衡 五、完全竞争的长期均衡 六、完全竞争市场的短期均衡和长期均衡 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第八章 不完全竞争市场 第一节 名师备课教案 一、完全垄断市场 二、垄断竞争市场 三、寡头市场和策略 四、不同市场的比较 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第九章 生产要素价格的决定 第一节 名师备课教案 一、完全竞争厂商对要素的需求 二、对供给方面的概述 三、工资的决定 四、地租的决定 五、利息率的决定 六、洛伦兹曲线和基尼系数 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第十章 市场失灵和微观经济政策 第一节 名师备课教案 一、市场失灵 二、垄断 三、外部影响 四、公共物品和公共资源 五、信息不完全与不对称 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 第十一章 一般均衡论和福利经济学 第一节 名师备课教案 一、一般均衡 二、经济效率 三、帕累托最优状态的实现条件 四、完全竞争和帕累托最优状态 五、社会福利函数 六、效率与公平 第二节 重要知识点 一、重点名词 二、知识应用 第三节 习题 第四节 真题 附录西方经济学词汇表

<<AP微观经济学30天速成真经>>

章节摘录

版权页：插图：8.垄断厂商的价格歧视（1）价格歧视的含义 由于在垄断市场上，一个卖者面对的是无数个买者，因此，在某些情况下，垄断厂商以不同的价格销售同一种产品，称为价格歧视。

由于垄断厂商具有垄断势力，它有能力以不同的价格销售同种产品以获取最大化的利润。

（2）实施价格歧视的条件 ①市场的消费者偏好不同，且这些不同偏好可以被区分开。

这样，厂商才有可能对不同的消费者或消费群体收取不同的价格。

②不同的消费者群体或不同的销售市场是相互隔离的。

这样就排除了中间商由低价处买进商品，转手又在高价处出售商品而从中获利的情况。

（3）价格歧视的种类 ①一级价格歧视 一级价格歧视是指垄断厂商根据每一个消费者每买进一单位的产品愿意并能够支付的最高价格即需求价格来逐个确定每单位产品销售价格的方法，从而榨取全部消费者剩余。

②二级价格歧视 二级价格歧视指垄断厂商根据不同的购买量或消费量来确定不同价格的方法，这样可以榨取相当一部分消费者剩余。

二级价格歧视较多地出现在社会公用事业中，其产品必须易于度量和记录并成批出售。

它与一级价格歧视的区别有：一是一级价格歧视实质是逐个出售，二级价格歧视则是分批定价、分批出售；二是一级价格歧视是对每个消费者收取不同的价格，二级价格歧视的价目表则面对所有买主。

③三级价格歧视 三级价格歧视是指垄断厂商对同一种产品在不同市场上以不同的价格出售，以获取最高利润的定价方法。

它也是比较普遍的垄断定价方法。

垄断厂商根据 $MR=MC$ 的原则确定产量水平，主要依据地理差别、产品用途、时间、消费者收入等将同一产品分配在不同市场上。

在产量既定的情况下，需求价格弹性大的市场上定价较低，而需求价格弹性小的市场定价较高。

（4）对价格歧视的评价 价格歧视尽管使垄断厂商在许多场合榨取了消费者剩余，但也使得向特定市场和消费者提供商品和劳务成为可能，甚至使整个行为的存在成为可能。

9.自然垄断和政府管制（1）自然垄断 自然垄断的主要特征是厂商的平均成本在很高的产量水平上仍随着产量的增加而递减（存在规模经济）。

自然垄断产生的原因：行业的生产技术需要大量的固定设备，使得固定成本非常大，可变成成本相对较小，所以平均成本曲线在很高的产量水平上仍是下降的。

<<AP微观经济学30天速成真经>>

编辑推荐

《AP微观经济学30天速成真经》由中国石化出版社出版。

<<AP微观经济学30天速成真经>>

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>