

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787542618948

10位ISBN编号：7542618946

出版时间：2004-5

出版时间：三联书店上海分店

作者：郁义鸿等编

页数：417

字数：450000

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>>

内容概要

《管理经济学》以经济学原理为基础，强调培养管理者的经济学直觉感，强调借助于理性思维的穿透力透视实践中的经营决策问题。

任何事物的运动总是有规律可循的，市场经济中的竞争也不例外，因此，把握这种规律，对于企业在激烈的市场竞争中谋求生存与发展是非常重要的。

《管理经济学》的有关知识是现代企业管理者的知识结构中所不可或缺的组成部分，它是整个管理学体系的一块基石。

一个高素质的管理者，不能不具备经济学思维的能力。

本着这一精神，这次修改中最重要的调整体现在两个方面，一方面是强化了市场结构分析中的竞争与寡头垄断的竞争策略部分。

我们将垄断竞争市场中的论题分出单独一章来加以讨论，重点讨论了产品差异化和广告策略的制定。事实上这两种重要的策略也是寡头垄断市场中的主要竞争手段，但对于垄断竞争市场的企业策略的制定具有更为重要的意义。

在寡头垄断市场分析中，我们增加了经典的古诺模型和伯川德模型的内容。

这两种模型尽管有着较为抽象的理论假定，但它们充分揭示了寡头垄断市场竞争的基本特性。

特别是在现代经济学用两阶段博弈的概念来运用这些模型的时候，对于我们现实中的竞争就具有更重要的启发意义。

另一方面的调整是，我们在几乎每一章中都增加了若干具新鲜案例，并对书末的所有案例都作了更新。

案例教学是工商管理教学的一大特点，也是我们将经济学理论与现实中的企业经营结合的最佳方式。

因此，我们在每个案例的最后都提出了一些值得思考的问题，试图通过学员对这些问题的思考和讨论，能够加深对经济学原理的理解，并能学会如何在实践中的应用这些原理。

在教学中，建议教师对两类案例采用不同的使用方法。

对于每章中间的案例，可要求学员在课前预习，并在课堂上直接进行讨论。

对于书末的大案例，建议进行小组讨论，并要求每个小组提交一份案例分析报告。

书籍目录

第一章 导论 第一节 管理经济学的内涵 第二节 经济学原理与企业决策 第三节 基本概念与分析框架
思考与练习第二章 需求、供给与市场均衡 第一节 需求与需求函数 第二节 供给与供给函数 第三节 市
场均衡 思考与练习第三章 需求弹性分析 第一节 需求的价格弹性 第二节 需求的收入弹性 第三节 需
求的交叉价值弹性 第四节 市场需求的估计 思考与练习第四章 生产技术及其选择 第一节 生产函数
第二节 短期生产函数与生产决策 第三节 长期生产函数与要素组合比例 思考与练习第五章 成本分析
及其应用 第一节 经济学的成本概念 第二节 短期成本分析 第三节 长期成本分析 第四节 学习曲线 第
五节 成本函数的估计 第六节 成本分析的应用 思考与练习第六章 完全竞争市场分析 第一节 市场与市
场结构 第二节 完全竞争市场中的短期供给 第三节 完全竞争市场中的长期供给 第四节 消费者剩余、
生产者剩余与政府规制 第五节 纯粹竞争 思考与练习第七章 垄断与垄断势力 第一节 垄断的形成 第
二节 垄断企业的利润最大化 第三节 对垄断的评价与政府规制 第四节 垄断企业的特殊问题 第五节 垄
断势力及其规制 思考与练习第八章 垄断竞争市场中的企业策略 第一节 垄断竞争市场及其均衡 第
二节 产品差异化 第三节 利润最大化的广告决策 思考与练习第九章 寡头垄断市场中的竞争与合作 第
十章 寡头博弈与竞争策略的选择第十一章 利润最大化定价策略第十二章 市场失灵与政府规制案例一
“软黄金”还值多少钱案例二 美国的食糖价格支持政策案例三 美国纸巾市场的竞争案例四 移动通
信3G标准之争问题讨论

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>