

<<经济学基础>>

图书基本信息

书名：<<经济学基础>>

13位ISBN编号：9787111344810

10位ISBN编号：7111344812

出版时间：2011-8

出版时间：机械工业出版社

作者：黄海梅 主编

页数：250

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>

<<经济学基础>>

内容概要

本书介绍经济学的基本原理，共12章，包括绪论，微观经济学及宏观经济学三个部分。绪论内容包括了经济学简介、学习经济学的意义和方法；微观经济学主要介绍了需求与供给、消费者行为、生产者行为、市场结构、生产要素市场及市场失灵与政府干预；宏观经济学内容有国民收入的核算与决定、失业与通货膨胀、经济周期与经济增长、宏观经济政策及对外经济知识。

本书通俗易懂，为便于教学，每章中设有案例导入、案例分析、知识窗、请注意、想一想及教学拓展等内容，每章后都安排有课内实训、课外实训、基本问题、发散问题、案例分析等形式的练习，内容新颖，资源丰富。

本书既可作为高职高专、成人高校财经类各专业及其他专业学习经济学的教材，也可作为各类学习班的培训用书，还可作为经济工作人员、对经济学有兴趣者的自学用书及有关人员的参考读物。

<<经济学基础>>

书籍目录

- 前言
- 第一章 绪论
 - 第一节 经济学简介
 - 第二节 学习经济学的意义和方法
- 第二章 需求与供给
 - 第一节 需求
 - 第二节 供给
 - 第三节 均衡价格
 - 第四节 弹性
- 第三章 消费者行为
 - 第一节 效用论概述
 - 第二节 边际效用分析
 - 第三节 无差异曲线分析
 - 第四节 消费者行为理论的应用
- 第四章 生产者行为
 - 第一节 生产与生产函数
 - 第二节 生产者行为分析
 - 第三节 成本分析
 - 第四节 利润最大化
- 第五章 市场结构
 - 第一节 完全竞争市场
 - 第二节 不完全竞争市场
 - 第三节 不同市场的比较
- 第六章 生产要素市场
 - 第一节 生产要素的需求与供给
 - 第二节 劳动和工资
 - 第三节 其他生产要素市场
 - 第四节 收入分配的衡量
- 第七章 市场失灵与政府干预
 - 第一节 外部性
 - 第二节 公共物品
 - 第三节 信息不对称
 - 第四节 垄断
- 第八章 国民收入的核算与决定
 - 第一节 国民收入核算体系
 - 第二节 国民收入的构成
 - 第三节 国民收入的决定
- 第九章 失业与通货膨胀
 - 第一节 失业
 - 第二节 通货膨胀
 - 第三节 失业与通货膨胀的关系-- 菲利普斯曲线
- 第十章 经济周期与经济增长
 - 第一节 经济周期
 - 第二节 经济增长
- 第十一章 宏观经济政策

<<经济学基础>>

第一节 宏观经济政策概述

第二节 财政政策

第三节 货币政策

第四节 财政政策和货币政策的配合

第十二章 对外经济知识

第一节 国际贸易

第二节 国际收支与汇率

参考文献

章节摘录

三、信息不对称的对策 1.建立信誉机制 信誉是消费者对企业行为的一种主观评价，消费者根据自己购买和消费某种产品的经验，对企业的诚信程度作出判断，并根据这种判断来决定以后是否还会购买该企业的产品。

信誉高的商品能得到消费者的认可，卖出较高的价格；反之，信誉差的商品，则会遭到市场的淘汰。企业建立信誉机制有多种方法：如创建名牌、提供“三包”保证、提供完善的售后服务、在知名媒体上做广告及请明星代言等。

继续分析阿克洛夫的二手车市场的例子，我们很容易就会替卖好车的人想到解决问题的办法。比如你可以告诉买者他卖的是好车，如果买者不信，你可以负担全部或者大部分费用找专家检验汽车；或者与买者达成一份具有法律效力的合同，规定如是坏车则包赔一切损失，等等。这样一来，买车的人很容易就可以借此判断出车的好坏，因为只有好车的卖者才敢承担费用请人验车，卖坏车的人是绝不敢做这样的事情。

这实际上是在做信号传递的工作，这是一种克服市场失灵的方法。

2.要求提供担保或抵押 信息不对称时，一方对另一方无所知，大家互不信任，交易就难以达成。

通过第三方担保或抵押品抵押可以解决这个问题。

例如，在银行的个人住房抵押贷款业务中，银行对借款人资信情况、还贷能力并不是非常地了解，会担心借款人不能按时足额偿还贷款；而借款人对自己各方面的信息是完全掌握的，银行与借款人之间存着“信息不对称”，双方难以达成交易。

解决问题的一个方法就是贷款人将自己的住房抵押给银行，到时如果还不清借款，银行就将抵押的住房拍卖，从而偿还贷款。

这样就解决了交易双方由于信息不对称而难以达成交易的问题。

3.政府调控 对于某些行业，政府可以进行信息调控，其目的主要是保证消费者和生产者能够得到充分和正确的市场信息，增加市场的“透明度”，以便他们能够作出正确的选择。

如规定上市公司必须公布公司的有关经营情况、不得进行虚假广告宣传、电器之类的产品上必须有“3C”认证标志、香烟包装上必须标明“吸烟有害健康”字样等。

想一想：还有哪些措施可以解决信息不对称问题？

.....

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>