第一图书网, tushu007.com

<<克鲁格曼、韦尔斯《微观经济学 >

图书基本信息

书名：<<克鲁格曼、韦尔斯《微观经济学》学习指导>>

13位ISBN编号：9787300129655

10位ISBN编号：730012965X

出版时间：2010-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：坎宁安，凯利 著，顾晓波 等译

页数：409

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

2008年诺贝尔经济学奖获得者克鲁格曼为经济学初学者撰写的入门级经济学原理教科书。
本学习指导立足全球经济一体化背景阐述经济运行机理；本学习指导依托真实经济案例探讨经济思想。

内容包括：第一法则、经济模型：权衡和贸易、附录经济学中的图形、供给和需求、市场的还击、弹性、消费者剩余和生产者剩余、决策制定、供给曲线的背后：投入与成本、完全竞争与供给曲线、理性消费者、消费者偏好与选择、要素市场与收入分配等。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第1章 第一法则第2章 经济模型：权衡和贸易第2章 附录经济学中的图形第3章 供给和需求第4章 市场的还击第5章 弹性第6章 消费者剩余和生产者剩余第7章 决策制定第8章 供给曲线的背后：投入与成本第9章 完全竞争与供给曲线第10章 理性消费者第11章 消费者偏好与选择第12章 要素市场与收入分配第12章 附录劳动供给的无差异曲线分析第13章 效率与公平第14章 垄断第15章 寡头垄断第16章 垄断竞争与产品差异第17章 国际贸易第18章 不确定性、风险和私人信息第19章 外部性第20章 公共产品与公共资源第21章 税收、社会保险和收入分配第22章 技术、信息产品和网络外部性

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

1.a.对可口可乐的需求要比对软饮料的需求价格弹性大，因为可口可乐有许多替代品，而软饮料行业的替代品则少得多。
因此，可口可乐的需求对价格变化的反应程度会比软饮料行业更大。
b.去棒球场的需求比看医生的需求价格弹性大。
看医生是必需品，而去棒球场则不是（你可以在电视上看比赛或在收音机上收听）。
因此，去棒球场的需求对价格变化的反应程度比看医生更大。
c.消费汽油的每年需求比每周需求价格弹性大。
当汽油价格上升时，在一周内很难大幅减少汽油的需求。
找方法节省汽油是需要时间的，比如确定公共交通表，安排拼车或者购买省油汽车。
但是，在一年的时间内，你可以期望需求会对汽油价格更有弹性。
d.糖尿病患者对胰岛素的需求和。
肾病患者对透析治疗的需求的价格弹性，如果不是零，也是非常小的。
对于需要的人群而言，它们都是必需的，因此其都是完全价格无弹性的。
e.因为水是生命的必需品，而钻石是奢侈品，所以钻石的需求价格弹性比水的要大很多。
另外，水的价格相对低廉，价格大幅度的变化也不会影响其在收入中所占的比重，需求量相对不会对价格变化作出反应。
另一方面，钻石很昂贵，以至于其价格微小的变化都会显著影响其在收入中的比重，需求量对其价格变化反应很敏感。
2.a.因为录像带出租和DVD出租是替代品，需求的交叉价格弹性是正数。
因为它们是相似替代品——人们可以从任一媒介中租到几乎任何电影——需求的交叉价格弹性数值会很大。
b.冰箱和电是互补品——你无法在没电的情况下使用冰箱——因此需求的交叉价格弹性是负数。
我们预期交叉价格弹性的数值相对较小。
冰箱在当今是必需品，尽管当电价上升时，我们可能会关掉多余的冰箱或者提高冰箱内的温度以省电，但很难想象人们没有冰箱。
c.可口可乐和百事可乐是替代品，其需求的交叉价格弹性是正数。
当百事可乐价格上升时，人们会消费更多的可口可乐，反之亦然。
你们中的某些人可能会对此感到震惊。
你可能是可口可乐或百事可乐的忠实消费者，没有把它们视为替代品。
对于你而言，可口可乐和百事可乐可能是不相关的产品，两种产品的需求交叉价格弹性是零。
但是，对于整个市场而言，它们是很相似的替代品，需求的交叉价格弹性是一很大的正数。
……

第一图书网, tushu007.com

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