

<<新管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<新管理经济学>>

13位ISBN编号：9787509207802

10位ISBN编号：7509207800

出版时间：2011-10

出版时间：中国市场

作者：(美)威廉·博依斯//李自杰|译者:刘伟

页数：361

译者：刘伟

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>

## <<新管理经济学>>

### 内容概要

本书打破了传统的教科书的写法，着重解释经济学直觉在作出正确商业决策中的关键作用。

与其他管理经济学教材普遍偏重数量分析的做法不同，《新管理经济学》强调逻辑和概念建模——由生活中的真实案例加以说明——由此突出经济学与关键的商业决策如成本、价格、市场和人事之间的关系。

通过本书的学习，学生们将可以通过自己的思考对每个企业决策的战略成本和收益作出判断，而不必依赖常见的所谓快捷工具。

由威廉·博依斯等编著的《新管理经济学》中国版第二版以中国企业的近期案例替换了原书中的绝大多数国外企业案例，努力在保持原教材国际化视野的同时为学生创造出更切近的、本地化的学习环境。

本书是MBA和其他较少依赖数量分析的管理经济学课程的最佳选择。

## <<新管理经济学>>

### 作者简介

威廉·博依斯 (William Boves)，美国亚利桑那州立大学经济学教授，曾任该校经济系主任，他还是伦敦国王学院管理研究院教授和清华大学的访问教授。

博依斯教授的专长是管理经济学，经常为企业提供新市场进入、市场防御以及战略问题的咨询。

博依斯教授撰写了四部在市场上深受欢迎的教材，他还多次荣获年度杰出论文奖和年度MBA、本科教学奖。

李自杰 (Ziie Li)，经济学博士，对外经济贸易大学国际商学院教授，管理学系主任，跨国公司研究中心秘书长。

“新兴市场企业的国际化战略”学术创新团队带头人。

2004—2005年在海尔集团工作，任海尔商学院执行副院长。

美国马里兰大学史密斯商学院高级访问学者。

李自杰教授出版了《中外合资企业控制权的动态演进研究》(2010)、《所有权、控制能力与企业的权威性质》(2004年)、《企业理论和公司治理》(2001)等七本专著，翻译《交易成本经济学》、《罗宾斯管理学》等著作，在《管理世界》、《中国工业经济》、《中国软科学》、《经济科学》、《财贸经济》等国内外核心期刊上发表论文40余篇。

曾主持和参与多项国家自然科学基金和国家社会科学基金的课题，并多次获得省部级的奖励

## &lt;&lt;新管理经济学&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一部分 导论与基础知识

## 第1章 经济学与管理

## 1.1 成功的企业

## 1.2 管理学与经济学

## 1.3 如何学习管理经济学

## 第2章 交换、效率和市场

## 2.1 选择

## 2.2 市场体系

## 2.3 市场和一价定律

## 第2章附录 最优化

## 2A.1 边际的概念

## 2A.2 最大值和最小值

## 2A.3 有约束的最优化

## 第3章 企业绩效

## 3.1 价值

## 3.2 衡量经济利润

## 3.3 经济利润与股东价值的关系

## 3.4 关注经济利润的实际效果

## 第3章附录 计算经济利润

## 3A.1 资本成本

## 第二部分 寻求竞争优势

## 第4章 需求

## 4.1 理解你的消费者

## 4.2 弹性

## 4.3 其他需求弹性

## 第4章附录A 消费者行为

## 4A.1 消费者选择

## 4A.2 消费者行为的心理学

## 第4章附录B 市场研究

## 4B.1 数据

## 4B.2 一手数据

## 4B.3 二手数据

## 第5章 成本

## 5.1 成本与产出

## 5.2 规划的范围：长期

## 5.3 对一些商业术语的解释

## 第5章附录 成本与生产

## 第6章 利润最大化：寻求竞争优势

## 6.1 寻求竞争优势

## 6.2 销售环境：市场结构

## 6.3 长期内利润最大化：现值

## 第6章附录 利润最大化

## 第三部分 保持竞争优势

## 第7章 创建进入壁垒

## 7.1 利用规模维持利润

<<新管理经济学>>

7.2 差异化

7.3 其他阻止进入的战略

第8章 价格战略

8.1 如何定价

8.2 更复杂的问题

8.3 企业间的依赖性

第8章 附录定价问题

8A.1 逆需求与边际收益

第9章 新经济：技术变革与创新

9.1 什么是新经济

9.2 技术变革

9.3 传统经济与新经济

第10章 公司架构：组织与企业文化

10.1 组织变革

10.2 垂直边界

10.3 水平边界

10.4 内部结构

10.5 文化

第11章 员工与薪酬

11.1 激励问题

11.2 委托—代理关系

11.3 企业与雇员的关系

11.4 员工薪酬

11.5 经理薪酬

第11章附录 生产率与员工薪酬

第四部分 解决问题的分析工具

第12章 战略行为：博弈论

12.1 博弈

12.2 博弈的构成要素

12.3 囚徒困境的再思考

第五部分 关注企业的外部环境

第13章 政府与商业

13.1 政府对商业的干预

13.2 反托拉斯政策

13.3 政府管制

第六部分 战略审计

第14章 战略与管理

14.1 战略

14.2 战略审计

14.3 战略审计示例：西南航空公司

14.4 战略审计总结

<<新管理经济学>>

编辑推荐

国际化视野和本地化关注 将经济学的力量传授给管理者 《新管理经济学》的目的是向非经济学者展示经济学的威力，向经济学者描述经济学如何为管理者所应用。

经济学不仅可以说明企业为什么要这样做，而且还能够为企业家和管理者指出战略。

事实表明，流行的商业词汇通常都是基于某一经济学概念，而经济学可以为商业实践带来很多深刻的见解。

——作者

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>