

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787562932574

10位ISBN编号：7562932573

出版时间：2010-8

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：谢科范，涂锦 主编

页数：328

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

本书介绍了管理经济学的基本原理与方法，内容包括管理经济学的内涵、机会成本理论、沉没成本理论、市场结构理论、需求理论、弹性分析、生产与成本分析、现代企业理论、完全竞争市场决策、垄断竞争市场决策、寡头垄断市场决策、完全垄断市场决策以及定价决策等。

全书共分11章，每章均有大中小案例若干，每章末列出了专业英文词汇，并配有形式多样的习题。

本书配有PPT电子课件、习题答案等教师教学用材料。

本书可供MBA、EMBA教学所用，亦可以用作经济管理专业硕士研究生教材以及各类管理培训资料。

#### 作者简介

谢科范，博士，武汉理工大学管理学院教授，博士生导师。  
兼任中国科学学与科技政策研究会常务理事、湖北省科学学与科技管理研究会理事长、武汉市系统工程学会副理事长，第九届、第十届湖北省政协委员。  
发表学术论文多篇（含SCI国际期刊论文3篇。  
EI国际期刊论文3篇），出版著作

## &lt;&lt;管理经济学&gt;&gt;

## 书籍目录

- 1 绪论 1.1 企业与环境 1.1.1 企业的基本概念 1.1.2 企业的目标 1.1.3 企业环境 1.2 管理经济学的内容 1.3 管理经济学中的成本与利润 1.3.1 管理经济学中的成本 1.3.2 管理经济学中成本与利润的关系 1.4 管理经济学的研究方法 1.4.1 最优化方法 1.4.2 边际分析法 1.4.3 风险分析法 本章小结 本章英文词汇 本章习题2 需求、供给及市场机制 2.1 需求分析 2.1.1 需求函数 2.1.2 消费者行为 2.1.3 替代效应与收入效应 2.1.4 个别需求与市场需求 2.2 供给分析 2.2.1 供给函数 2.2.2 个别供给与市场供给 2.3 市场均衡 2.3.1 市场均衡及变动 2.3.2 市场失灵 2.4 案例分析：我国燃油税改革 本章小结 本章英文词汇 本章习题3 需求弹性分析 3.1 需求价格弹性 3.1.1 需求价格弹性的定义及计算 3.1.2 需求价格弹性的类型 3.1.3 需求价格弹性的影响因素与应用 3.1.4 案例介绍 3.2 需求收入弹性 3.2.1 需求收入弹性的定义及计算 3.2.2 按需求收入弹性划分的商品类型 3.2.3 需求收入弹性的影响因素与作用 3.3 需求交叉弹性 3.3.1 需求交叉弹性的定义及计算 3.3.2 需求交叉弹性的类型 3.3.3 需求交叉弹性的作用 3.4 需求弹性与经济决策案例分析 3.4.1 农产品丰收的烦恼 3.4.2 石油价格的保持 3.4.3 禁毒与毒品教育 本章小结 本章英文词汇 本章习题4 需求回归分析 4.1 回归分析 4.1.1 估计参数——最小二乘法 4.1.2 统计检验 4.2 多元回归 4.3 需求回归分析步骤 4.3.1 建立理论模型与决定变量 4.3.2 收集数据 4.3.3 选择函数形式 4.3.4 估计结果及解释 4.4 案例分析 4.4.1 久大礼品盐销售影响因素分析 4.4.2 金蝶ERP软件需求回归分析 本章小结 本章英文词汇 本章习题5 生产和成本分析 5.1 生产及生产函数 5.1.1 基本概念 5.1.2 长期生产函数与短期生产函数 5.2 短期生产决策 5.2.1 基本概念 5.2.2 边际报酬递减法则 5.3 短期成本 5.3.1 短期成本的概念 5.3.2 短期成本曲线 5.3.3 短期成本曲线的相互关系 5.4 生产者长期决策 5.4.1 投入要素的替代 5.4.2 规模收益 5.5 长期成本 5.5.1 成本的含义 5.5.2 长期平均成本 5.5.3 产业集群理论 5.5.4 网络经济理论 5.6 案例介绍：中国制造业中的生产与成本问题 本章小结 本章英文词汇 本章习题6 现代企业理论 6.1 交易成本理论 6.1.1 交易成本的含义 6.1.2 交易的特征 6.1.3 交易成本最小化 6.2 委托代理问题与激励 6.2.1 信息及委托代理问题 6.2.2 激励问题及其解决方法 6.3 案例介绍：科龙兴衰 本章小结 本章英文词汇 本章习题7 完全竞争市场与厂商行为 7.1 市场结构的内涵 7.1.1 市场及其特征 7.1.2 市场结构及其分类 7.1.3 市场结构的变迁 7.2 完全竞争市场的经济学特性 7.2.1 完全竞争市场的结构特征及其缺陷 7.2.2 完全竞争厂商的收益特性 7.3 完全竞争市场的厂商决策 7.3.1 完全竞争厂商的短期决策 7.3.2 完全竞争厂商的长期决策 7.4 超竞争 本章小结 本章英文词汇 本章习题8 垄断竞争市场与厂商行为 8.1 引例：缝制机械行业的垄断竞争 8.2 垄断竞争市场的结构特征及其厂商市场策略 8.2.1 垄断竞争市场的结构特征 8.2.2 垄断竞争厂商的市场策略 .....9 完全垄断市场与厂商行为10 寡头垄断市场与厂商行为11 定价决策参考文献

编辑推荐

对MBA教材进行创新是目前迫切需要解决的问题，武汉理工大学出版社提出编写这套教材，抓住了很好的时机，对MBA教育的发展具有很重要的现实意义。

各位教授主编结合自己的实践提出创新思路，根据创新性、规范化要求，把这套教材做成实用性、前瞻性、开放式、可开拓、集成式的知识网络。

——中国工程院汪应洛院士 我国MBA教育发展较快，但是MBA教材是一个比较大的问题。这套教材是各位教授与武汉理工大学出版社种下的一棵树，对MBA教育的发展具有推动作用。这套教材贯彻国际化与本土化相结合、以服务本土化为主的方针，是一套具有针对性、实践性、创新性和科学性的精品教材。

这是一项伟大的工程，将载入史册。

——管理学家周三多教授

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>