

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787806274125

10位ISBN编号：780627412X

出版时间：1999-03

出版时间：东方出版中心

作者：郁义鸿

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

管理经济学主要运用微观经济学原理，研究现代企业各种经营决策问题。

本书系统介绍管理经济学的基本内容，包括需求、供给与市场均衡，需求弹性分析，生产技术及其选择，成本分析及其应用，竞争中的价格策略，市场失灵与政府规制。

书中强化论述市场竞争分析中的寡头垄断竞争，并设专章讨论博弈论与竞争策略。

作为一本比较成熟的教材，注意吸收中外最新研究成果、注意贴近企业经营决策的实践。

为适应管理经济学教学发展趋势，结合内容讲解，辅以许多新鲜实例，书末还附有三个案例以供教学讨论之用。

本书可作大学经济管理专业有关课程的教材，尤其适合于MBA教学之用，亦可供企业领导、管理人员研修参考。

<<管理经济学>>

书籍目录

前言

第一章 绪论

第一节 管理经济学的内涵

一、经济学的核心问题

二、微观经济学与宏观经济学

三、从微观经济学到管理经济学

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

一、市场经济中的企业

二、什么是市场

三、企业经营目标

四、企业的决策环境

五、企业的决策程序

六、管理经济学的分析框架

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

一、需要与需求

二、需求函数

三 需求基本规律

四、个人需求与市场需求

五、需求的变化

第二节 供给与供给函数

一、生产与供给

二、供给函数

三、供给基本规律与行业供给曲线

四、供给的变化

第三节 市场均衡

一、市场均衡与市场机制

二、需求、供给的变动及其应用分析

三、市场非均衡

思考与练习

第三章 需求弹性分析

第一节 需求的价格弹性

一、弹性的定义

二、需求的价格弹性

三、需求曲线与价格弹性

四、价格弹性与收益

五、需求价格弹性的影响因素

第二节 需求的收入弹性

一、需求收入弹性的定义

二、收入弹性与企业决策

三 恩格尔定律

四、一些实证结果

第三节 需求的交叉价格弹性

<<管理经济学>>

一、交叉价格弹性的定义与性质

二 交叉价格弹性与企业决策

第四节 市场需求的估计

一、市场调查法

二、统计分析法

三、需求估计中的“陷阱”

思考与练习

第四章 生产技术及其选择

第一节 生产函数

一、生产与生产函数

二、短期和长期

三、生产技术的要素密集类型

第二节 短期生产函数与生产决策

一、短期生产函数与产出曲线

二、边际报酬递减规律

三、生产的三个阶段

四、短期中的劳动最优投入量

第三节 长期生产函数与要素组合比例

一、长期生产函数

二、等产量曲线

三、等成本曲线

四、生产要素的最优组合

五、生产扩张线

六、要素相对价格与生产技术的选择

七、规模报酬

思考与练习

第五章 成本分析及其应用

第一节 一些基本概念

一、会计成本、机会成本与经济成本

二、会计利润、经济利润与正常利润

三、沉没成本与增量成本

四、固定成本与可变成本

第二节 短期成本分析

一、短期成本函数

二、平均成本与边际成本

三、短期成本曲线之间的关系

四、背景：边际报酬递减规律

第三节 长期成本分析

一、长期成本曲线

二、规模经济与规模不经济

三、长期成本曲线与短期成本曲线的关系

四、规模经济与企业生产规模的选择

第四节 学习曲线

一、学习效应与学习曲线

二、学习曲线的发现与应用

三、学习曲线的一般形式

第五节 成本函数的估计

<<管理经济学>>

- 一、短期成本函数的估计
- 二、长期成本函数与规模经济的估计
- 第六节 成本分析的应用
 - 一、产量分配 等边际成本原理
 - 二、自制还是外购
 - 三、损益平衡点分析
- 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
 - 一、市场
 - 二、市场的划分
 - 三、市场结构划分的依据
 - 四、市场结构的分类
 - 第二节 完全竞争市场中的短期供给
 - 一、完全竞争企业的需求曲线与收益曲线
 - 二、企业的短期利润最大化
 - 三、短期中企业的盈利状况
 - 四、完全竞争企业的短期供给曲线
 - 五、完全竞争市场的短期供给曲线
 - 第三节 完全竞争市场中的长期供给
 - 一、企业的长期利润最大化
 - 二、完全竞争行业的长期均衡
 - 三、完全竞争行业的长期供给曲线
 - 第四节 消费者剩余、生产者剩余与政府规制
 - 一、消费者剩余与生产者剩余
 - 二、完全竞争市场的福利评价
 - 三、价格规制对市场剩余的影响
 - 第五节 纯粹竞争
 - 一、完全竞争与纯粹竞争
 - 二、成本差异的原因
 - 三、经济租金
- 思考与练习
- 第七章 垄断与垄断势力
 - 第一节 垄断的形成
 - 一、垄断市场
 - 二、垄断产生的原因
 - 第二节 垄断企业的利润最大化
 - 一、垄断企业的需求曲线与收益曲线
 - 二、垄断企业的利润最大化
 - 三、垄断企业不存在供给曲线
 - 第三节 对垄断的评价与政府规制
 - 一、对垄断市场的评价
 - 二、政府对垄断的价格规制
 - 第四节 垄断企业的特殊问题
 - 一、“自然垄断”企业的规制
 - 二、进入壁垒与潜在竞争
 - 第五节 垄断势力及其规制

<<管理经济学>>

- 一、垄断势力及其度量
- 二、一个简单定价法则
- 三、进入壁垒与垄断势力
- 四、对垄断势力的法律规制
- 五、反不正当竞争
- 思考与练习
- 第八章 不完全竞争市场分析
- 第一节 垄断竞争
- 一、垄断竞争的特点
- 二、垄断竞争企业的利润最大化
- 三、垄断竞争均衡与资源配置的效率
- 四 非价格竞争手段的运用
- 第二节 非共谋的寡头垄断
- 一、寡头垄断的特点
- 二、非对称的价格竞争模式
- 第三节 共谋的寡头垄断
- 一、价格领导模式
- 二、正式的勾结：卡特尔
- 三、产销量的分配
- 四、寡头垄断：资源配置的效率
- 思考与练习
- 第九章 博弈论与竞争策略
- 第一节 简单博弈与博弈均衡
- 一、案犯的困境
- 二、上策与上策均衡
- 三、纳什均衡
- 第二节 重复博弈与序列博弈
- 一、重复博弈
- 二、序列博弈
- 第三节 威胁与承诺
- 一、阻止市场进入的威胁
- 二、承诺与可信性
- 第四节 几种相关的策略
- 一、“保证最低价格”的策略
- 二、研究与开发(R&D)策略
- 思考与练习
- 第十章 竞争中的价格策略
- 第一节 差别定价策略
- 一 差别定价的涵义
- 二、一级差别定价
- 三、二级差别定价
- 四、三级差别定价
- 五、时期间差别定价
- 第二节 两步收费制
- 一、单个消费者的两步收费
- 二、两个消费者的两步收费
- 三、最优的两步收费

<<管理经济学>>

第三节 搭配销售

- 一、消费者偏好的相关性
- 二、纯搭配销售
- 三、混合搭售

第四节 企业内部的转移定价

- 一、问题的提出
- 二、转移价格的制定
- 三、中间产品无外部市场时的转移定价
- 四、外部市场为完全竞争时的转移定价
- 五、外部市场为不完全竞争时的转移定价

第五节 其他常用的定价策略

- 一、成本加成定价
- 二、区域性定价

思考与练习

第十一章 市场失灵与政府规制

第一节 信息不对称

- 一、信息不对称与市场失灵
- 二、信号显示
- 三、道德风险

第二节 外部性

- 一、外部性与市场失灵
- 二、对污染的规制
- 三、科斯定理与外部性

第三节 公共物品

- 一、私人物品与公共物品
- 二、“搭便车”与市场失灵

思考与练习

案例一 伯尔克造纸公司

案例二 标王争夺战

案例三 通用电器公司放弃计算机业务的策略

主要参考文献

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>