

图书基本信息

书名：<<微观经济与宏观经济实验原理、方法与案例>>

13位ISBN编号：9787111389781

10位ISBN编号：7111389786

出版时间：2012-9

出版时间：机械工业出版社

作者：刘贞 等编著

页数：186

字数：240000

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>

## 内容概要

《微观经济与宏观经济实验原理、方法与案例》介绍了实验经济学的基本原理、方法与平台，重点介绍了微观经济学与宏观经济学中的几个典型实验——供求关系实验、消费者行为理论实验、寡头垄断市场实验、完全垄断市场与自由竞争市场实验、公共物品与搭便车实验、拍卖实验、通货膨胀实验、货币创造实验。

每个实验包括原理、方法、实验过程及实验分析等内容。

本书可以作为《西方经济学》的配套教材，也可以单独作为经济学实验课程的教材。

本书既可作为经济、管理、心理学类本科生及研究生的教材或教学参考书，也可作为人文社科类研究人员、实验经济学爱好者、企业战略规划人员等的参考用书。

书籍目录

前言

第一章 实验经济学与经济管理实验

第二章 经济管理实平台

第三章 供求关系实验

第四章 消费者行为理论实验

第五章 \*头垄断市场实验

第六章 完全垄断市场与自由竞争市场实验

第七章 公共物品与搭便车实验

第八章 拍卖实验

第九章 通货膨胀实验

第十一章 税收与补贴实验

参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：（2）企业生产的产品具有同质性，不存在差别。

市场上有许多企业，所有企业生产的某种产品不仅是同质的，而且在产品的质量、性能、外形、包装等方面也是无差别的，以至于任何一个企业都无法通过自己的产品具有与他人产品的特异之处来影响价格而形成垄断，从而享受垄断利益。

对于消费者来说，无论哪一个企业的产品都是同质无差别产品，以至于众多消费者无法根据产品的差别而形成偏好，从而使这些产品的生产者形成一定的垄断性而影响市场价格。

也就是说，只要生产同质产品，各种商品互相之间就具有完全的替代性，这很容易接近完全竞争市场。

（3）生产者进出市场，不受社会力量的限制。

任何一个生产者，既可以自由进入某个市场，也可以自由退出某个市场，即进入市场或退出市场完全由生产者自己自由决定，不受任何社会法令和其他社会力量的限制。

由于无任何进出市场的社会障碍，生产者能自由进入或退出市场，因此，当某个行业市场上有净利润时，就会吸引许多新的生产者进入这个行业市场，从而引起利润的下降，以至于利润逐渐消失。

而当行业市场出现亏损时，许多生产者会退出这个市场，从而又会引起行业市场利润的出现和增长。这样，在一个较长的时期内，生产者只能获得正常的利润，而不能获得垄断利益。

（4）市场交易活动自由、公开，没有人为的限制。

市场上的买卖活动完全自由、公开，无论哪一个商品销售者都能够自由公开地将商品出售给任何一个购买者，而无论哪一个商品购买者也都能够自由公开地向市场上任何一个商品销售者购买商品，市场上不存在任何歧视。

同时，市场价格也只随着整个市场的供给与需求的变化而变动，没有任何人为的限制，任何市场主体都不能通过权力、关税、补贴、配给或其他任何人为的手段来控制市场供需和市场价格。

（5）市场信息畅通准确，市场参与者充分了解各种情况。

消费者、企业和资源拥有者们都对有关的经济和技术方面的信息有充分和完整的了解。

例如，生产者不仅完全了解生产要素价格、自己产品的成本、交易及收入情况，也完全了解其他生产者产品的有关情况；消费者完全了解各种产品的市场价格及其交易的所有情况；劳动者完全了解劳动力资源的作用、价格及其在各种可能的用途中给他们带来的收益。

编辑推荐

《实验经济学研究范式与实验支撑体系系列教程:微观经济与宏观经济实验原理、方法与案例》既可作为经济、管理、心理学类本科生及研究生的教材或教学参考书,也可作为人文社科类研究人员、实验经济学爱好者、企业战略规划人员等的参考用书。

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>