

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787302224365

10位ISBN编号：7302224366

出版时间：2010-6

出版时间：清华大学

作者：陈章武

页数：374

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>>

前言

《管理经济学》（第一版）自1996出版以来，已重印20多次，累计印数也早已超过10万册。但目前来看，教材的内容和结构都已经很不适应我国经济的发展和教学的需要，因此迫切需要对其进行一次全面的修订。

《管理经济学》（第一版）的编著是出于时代的客观需要。

写作资料主要准备于1994年、1995年。

那时，我国建立社会主义市场经济体制的目标刚刚确立；同时，借鉴世界上许多发达国家培养企业高层次管理人才的经验，在我国引入工商管理硕士（MBA）学位也只有短短的几年时间。

《管理经济学》（第一版）的编著主要是照着讲：照着在发达国家已经有成熟体系的微观经济学讲；照着为阐明企业经营管理决策的经济学原理而设置的管理经济学讲。

虽也力求以马克思主义经济理论为指导，努力结合中国企业经营的实情，但无论是个人的能力和知识，还是我国社会主义市场经济实际运行的情况，都决定了那种结合是十分肤浅的。

14年过去了，我国社会主义市场经济的运行已经初步积累了丰富的经验，在政府宏观调控下，市场机制对资源配置的基础性作用日益显现。

现代企业制度的改革也在不断深化，开始形成了以公有制为主体、多种所有制共同发展的基本经济制度，企业日益成为拥有完善的法人治理结构的企业。

基于此为企业经营决策管理服务的管理经济学也需要从当初的照着讲，开始考虑向接着讲转变。

<<管理经济学>>

内容概要

本教材试图以企业追求利润为手段，以担当社会经济责任为目标展开讨论。

作为“管理经济学”教学法改进的初步尝试，本教材尝试处理好“管理经济学”与“Managerial Economics”、“微观经济学”的关系，使之更加符合MBA层次学生学习的要求。

本教材注重定量分析和定性分析的结合并处理好经济学一般理论与中国企业实际情况之间的关系。

为了帮助读者更好地理解 and 消化课程的基本知识，在每章结束时都安排了内容提要 and 复习题。

本书还将推出配套教师教学指导书以及学生学习指导书。

本教材虽然是为工商管理硕士（MBA）编写的，但也完全可作为工商管理类专业本科生学习“微观经济学”的替代教材。

同时，本教材也可作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训教材和自学参考书。

<<管理经济学>>

作者简介

陈章武，清华大学经济与管理学院教授，博士生导师，政府特殊津贴获得者。
先后担任清华大学经济与管理学院党委书记，清华经管学院副院长，清华大学党委委员；清华大学中国经济研究中心副主任，中华外国经济学说研究会理事，教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会委

书籍目录

前言 第一章 绪论 第一节 管理经济学与经济学理论 第二节 企业与企业运行目标 第三节 社会主义市场经济体制 本章提要 复习题 练习题 第二章 需求与需求函数分析 第一节 需求函数 第二节 需求弹性分析 第三节 需求弹性的计算 第四节 需求弹性在管理决策中的应用 本章提要 复习题 练习题 第三章 需求函数的估计和预测 第一节 需求函数估计回归分析法 第二节 需求函数估计的直接调查法 第三节 需求的预测 本章提要 复习题 练习题 第四章 生产函数分析 ...
...第五章 成本函数分析第六章 完全竞争市场企业经营决策分析第七章 完全垄断市场的企业经营决策分析第八章 垄断竞争与寡头垄断市场企业经营决策分析第九章 博弈论与企业竞争策略第十章 要素市场与企业经营决策第十一章 市场失灵与信息不对称第十二章 外部性、公共品和政府宏观调控参考文献

<<管理经济学>>

章节摘录

插图：管理经济学同样要努力回答这三个问题，所包含的内容和微观经济学相似。

要从消费者的行为角度研究市场的需求，来回答“生产什么”；要从企业组织生产的过程研究生产与成本，来回答“怎么生产”；要从不同市场结构条件下研究产量决策与价格决策，来回答“为谁生产”。

因此，它也通常保持了微观经济学的严谨学术风格和基本的知识结构。

但管理经济学的出发点不一样，它是从企业的角度出发。

研究消费者行为的目的，是要了解市场对其产品的需求；研究投入与产出的生产过程与成本，是为了进一步提高生产效率；研究市场上特别是产品市场上的产量与价格决策，是为了实现企业经营的目标与理念。

企业也总是在特定的宏观经济环境下作出决策，因此，也研究政府宏观调控的微观政策对企业的影响，以及企业的应对策略。

投资者行为，以及在资本市场上的决策，也立是管理经济学研究的范畴，但通常因另有专门的课程来讨论投资者行为以及在资本市场上的决策，管理经济学一般不包含这方面的内容。

管理经济学是企业实现目标提供决策的方法和依据，侧重于实证研究。

在研究消费者行为时，不去深入讨论消费者的效用函数，进而也就不去深入讨论无差异曲线如何用来帮助消费者作出决策，而侧重讨论影响市场需求的重要因素是什么，这些因素对需求影响的敏感程度怎样，以及弹性如何帮助企业经营者作出准确的决策。

需求的弹性分析是这部分研究的重点。

在研究投入与产出的关系时，不把重点放在生产函数上，而把重点放在成本函数的讨论上，尤其是把重点放在为决策而用的经济成本的一些重要概念的讨论上。

为实现企业经营目标，不去重点关注在不同市场结构下一般性的定价方式，而是重点研究企业在不同市场结构条件下，应当怎样为产品定价，以及一些在实践中常用的定价方法。

博弈论在决策中的应用是20世纪后半叶微观经济学最重要的发展，在管理经济学中则不去讨论博弈论中艰深而复杂的数学问题，而侧重说明如何用博弈论来理解市场的发展和运作，以及经营决策者应当怎样考虑他们不断面临的博弈决策问题。

最后，自然会涉及市场缺陷和政府管制。

在管理经济学中不深入讨论市场机制的一般性缺陷。

<<管理经济学>>

编辑推荐

《管理经济学(第2版)》是清华大学精品课教材。

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>