

<<产业组织理论>>

图书基本信息

书名：<<产业组织理论>>

13位ISBN编号：9787509610879

10位ISBN编号：7509610877

出版时间：2010-10

出版时间：经济管理出版社

作者：范合君 编

页数：207

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>

前言

伴随着经济全球化进程的加快，越来越多的中国企业认识到国际化经营的重要性和紧迫性，也感受到国际化经营带来的前所未有的压力。

在国际化转型的过程中，一支优秀的国际化管理团队是必不可少的重要条件。

高等院校肩负着人才培养、科学研究和服务社会的使命，培养面向国际化的新型人才是高等院校义不容辞、责无旁贷的使命。

国际化人才的培养是一项系统工程，而在该项系统工程的诸多要素中，编写与国际接轨的教材是其中的基础工程。

首都经济贸易大学工商管理学院经过长期实践，在人才培养方面积累了较为丰富的经验。

这套《首都经济贸易大学工商管理系列教材》就是由首都经济贸易大学工商管理学院策划、编写的面向国际化人才培养目标的工商管理系列教材，它涵盖了工商管理学科的主干课程。

本套教材具有以下几个特点：第一，国际化视野。

首都经济贸易大学工商管理学院长期与美国、法国以及日本等国大学进行合作，每年互派多名教师进行教学、科研交流，这对于提升教师的国际化视野具有很大的帮助。

本套教材的作者大都具有国外学习、研究的经历。

他们比较了解世界各国实业界对工商管理人才的需求变化趋势，比较熟悉世界各国工商管理教育的现状，具有比较开阔的国际化视野。

<<产业组织理论>>

内容概要

《产业组织理论》一书是作者在多年讲授该门课程的基础上编写而成的。全书深入浅出地介绍了产业组织的基本概念、企业理论、市场结构、垄断、市场绩效、产品定价、策略性行为、反垄断政策以及规制与放松规制等内容。

<<产业组织理论>>

作者简介

范合君，首都经济贸易大学讲师，经济学博士，2009年“北京市优秀博士论文”获得者。

研究方向：产业组织理论、博弈论、公司治理。

出版专著1部，合著1部，在《中国工业经济》、《改革》等核心期刊与权威杂志发表论文30多篇，其中5篇被人大复印报刊资料全文转载。

主持教育部人文社会科学研究项目1项、北京市教委项目1项、北京市优秀人才培养资助项目1项，作为主要参与人参与国家社科基金重大项目1项、国家社科基金重点项目1项、国家社科基金一般项目2项、省部级项目多项。

书籍目录

第一章 导论 第一节 产业组织理论概述 一、研究对象 二、研究内容 三、研究方法 四、应用领域 第二节 产业组织理论的演进 一、哈佛学派 二、芝加哥学派 三、新产业组织理论 第三节 产业组织理论在我国的发展 本章小结第二章 企业理论 第一节 企业的作用 第二节 现代企业的演进 一、独资企业 二、合伙企业 三、公司企业 第三节 传统企业理论 第四节 现代企业理论 一、科斯的的企业理论 二、威廉姆森的企业理论 三、张五常的企业理论 四、团队理论 第五节 中国企业改革 一、我国国有企业改革的回顾 二、深化产权制度改革,建立适合中国国情的现代企业制度 本章小结第三章 市场结构 第一节 市场的界定 一、市场与市场结构的内涵 二、市场的界定 第二节 市场结构的测度 一、集中率 二、赫芬达尔指数 第三节 四种常见的市场结构 一、完全竞争市场 二、完全垄断市场 三、垄断竞争市场 四、寡头垄断市场 五、四种市场结构划分的依据 第四节 市场结构的决定因素 一、规模经济 二、产品差异化 三、进入壁垒与退出壁垒 四、企业并购 五、公共政策 本章小结第四章 寡头市场竞争 第一节 寡头市场简介 一、寡头市场的概念 二、寡头市场的分类和特征 第二节 古诺模型 一、模型的假设 二、模型的求解 三、应用及扩展 第三节 伯川德模型 一、伯川德模型均衡分析 二、伯川德悖论 第四节 斯塔克尔伯格模型 一、模型的假设 二、模型的求解 本章小结第五章 市场绩效 第一节 市场绩效的定义与测度 一、市场绩效的定义 二、市场绩效的衡量标准 三、市场绩效的衡量指标 第二节 市场结构与市场绩效的关系 一、哈佛学派的观点 二、芝加哥学派的观点 三、国内对市场结构与市场绩效关系的研究 第三节 中国产业集中度与市场绩效 一、产业集中度的现状 二、产业集中度与经济绩效的关系 三、因素分析 四、结论 本章小结第六章 产品定价 第一节 统一定价 一、统一定价策略 二、定价原则 三、成本加成定价 第二节 价格歧视 一、统一定价的缺陷 二、价格歧视 三、第一价格歧视 四、第二价格歧视 五、第三价格歧视 六、三种价格歧视的比较与选择 第三节 两部收费制 一、两部收费制的基本形式 二、几种常见的两部收费制 第四节 跨期定价 一、跨期定价的原则 二、航空公司的跨期定价 三、产品生命周期定价法 第五节 其他定价策略 一、高峰负荷定价 二、交叉补贴定价 三、最低价格保证 四、随机定价 五、拍卖 本章小结第七章 策略性行为 第一节 策略性行为简介 一、策略性行为的概念 二、策略性行为的分类 第二节 非合作策略性行为 一、提高对手的成本 二、限定性定价 三、掠夺性定价 四、过剩生产能力 第三节 合作策略性行为 一、价格卡特尔 二、价格领导 三、基点定价 四、最惠消费者条款和低价担保 五、预告价格变动 六、分割市场与固定市场份额 七、综合运用各种策略 本章小结第八章 纵向关系 第一节 企业间的纵向关系 一、纵向关系 二、纵向关系的特点 三、纵向链条的类型 第二节 纵向一体化 一、纵向一体化的定义及分类 二、纵向一体化的理由 三、纵向一体化的成本 四、纵向分离 第三节 纵向约束 一、纵向约束的定义 二、纵向约束的类型 三、纵向约束的作用 本章小结第九章 反垄断政策 第一节 反垄断政策的内容 一、反垄断法的重要性 二、各国反垄断法的建设情况 三、反垄断法的内容体系 四、现代反垄断法的指向 第二节 中国的反垄断法及其实施 一、中国反垄断法出台历史 二、我国反垄断法的内容 三、我国反垄断法的实施机构 四、我国反垄断法执行情况 本章小结第十章 规制与放松规制 第一节 规制 一、规制的定义 二、规制的内容 三、规制的手段 四、规制的价值取向 第二节 放松规制 一、世界放松规制的历程 二、美国放松规制历程和特点 三、英国放松规制历程和特点 四、放松规制的效果 第三节 中国自然垄断产业改革 一、中国垄断行业规制的特点 二、我国垄断行业改革的方向 本章小结参考文献后记

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>