第一图书网, tushu007.com

<<经济学家茶座（第35辑）>>

图书基本信息

书名：<<经济学家茶座（第35辑）>>

13位ISBN编号：9787209045025

10位ISBN编号：7209045023

出版时间：2008-6

出版时间：山东人民出版社

作者：金明善 编

页数：160

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

这个世界的变化已经越来越快，而且变得越来越复杂。
我们常常要遭遇这样一些事情：没法说明好不好，不知道应该怎么办；以至于说不出为什么，甚至不知道究竟是什么……　面对越来越多的这样一些问题，既然不容易想清楚，有些人就选择不去想它，而多数人却因为太忙（这是现代人生活的主要特征），已经没有时间去想了。
然而，有这样一批人，他们不能不想——他们是学者。
在这些人当中，又有着一个显赫的族群，被称之为经济学家。
他们，不仅把想当作一种乐趣，而且还有一种强烈的冲动，要把自己想的结果说出来，或写出来，让更多的人知道“经济学帝国主义”——经济学对世界的解释力——的厉害！
然而，毕竟经济是大众的事，所以，经济学不能只是小众的自娱自乐。
正是在这个意义上说，经济学的大众化和普及化，不仅是经济学家“虚荣”的需要，更是大众为适应市场经济的知识需要——不去思想，并不是不需要思想。
乌鸦都知道，有了供给与需求，就有了市场的前提。
于是，有人开始意识到，需要一个比学术杂志更贴近普通非专业客户的市场，这个市场能够让更多的买方和卖方有资格进场交易，而这个市场又必须比农贸市场更高雅更堂皇，不至于使经济学的通俗化沦为庸俗化。
七八年下来，《经济学家茶座》越做越火，长盛不衰，让同行每每羡慕不已。
个中原因，除了东家开明，放手让“店小二”这个“童养媳”玩命地干之外，窃以为，还有一个重要因素是，《茶座》能够始终坚持早年的“店规”，只卖经济学实证部分关于“是什么”和“为什么”两个品种的产品，放弃经营经济学规范部分的“怎么办”与“好不好”。
这样经营风格带来的结果是，既保持了经济学作为自然科学的理性，又避免了各类客户对产品质量的投诉，于是，市场的知名度和美誉度也就自然得到不断提升。
当然，成功的背后永远都是秘密，外人多半是只知其一，不知其二，更不知其三、其四……　面对这个变化得越来越快，越来越复杂的世界，知识市场的空间将会进一步放量，像《经济学家茶座》这样的高品位读物，决心做出一个“百年老店”，应该不是什么奢望之念。
有生之年，愿做一名忠实的《茶座》常客。
《经济学家茶座》自2000年开办以来，以轻松、休闲、高雅为独特定位，其清新的风格，平实的文风，亲近读者、贴近生活、关注民生的内容特点，很快为读者所接受，并享誉学界。
《经济学家茶座（总第35辑 2008.3）》《经济学家茶座》2008年第三十五辑，能帮助有知识的人获取智慧，帮助有智慧的人获取知识。

书籍目录

【卷首语】郭梓林　窥视《茶座》兴隆秘籍【学界万象】顾海兵　黄利军　基于网络的十大经济学院影响深度排名李文溥　佐佐木教授的最后讲义·祝贺会赖德胜　教授五月陆铭　写给不想做学术的学生们【国是我见】郭梓林　用什么来告诫我们的干部？
陈彩虹　像美国人一样生活？
张晓晶　次贷危机的警示：经济学还无法把握这个不确定的世界？
徐昌生　百姓的自主生育妨碍国家的强大吗？
【抗震救灾】王勇　在抗震救灾面前，经济学应该低下“帝国主义”的头罗仲伟　幸存者综合症与危机管理刘福寿　应急学应该成为经济管理类专业的必修课费小琳　汶川大地震凸显“四力”【学问聊斋】宋小川　经济学的危机、革命与反革命宋胜洲　超越市场和政府的“上帝之手”朱海　就哈耶克为什么“转身”张铭　“制度经济学”：一个多种语义的术语【生活中的经济学】高明华　交强险中的福利损失刘渝琳　男人进厨房的经济学分析高新才　兰州牛肉面的经济学味道【经济随笔】王则柯　交易创造财富聂辉华　范志勇　李金波　穷人和富人的竞争景仲生　穷困、富困及精神困李长安　经济学视角中的农民工就业歧视问题唐志军　巴红静眼高手低的学问【经济评论】邱斌　“高薪”还能养什么？
陈宪　高速公路的路权能够被交易吗郭艳茹　香港的私家路：关于公共品供应与公共事业改革的思考朱艳　王玉霞　从交易费用看飞行员劳动合约【他山之石】韦森　拉美经济停滞的制度、文化与历史原因詹小洪　韩国折扣与公司大案要案周勤　清溪川的故事赵红军　美国到底强大在哪里？
胡海鸥　罪恶之城，希望之城？
【经济书评】张宇燕　关于《货币战争》一书答问徐康宁　经济畅销书何以畅销

章节摘录

【学界万象】　基于网络的十大经济学院影响深度排名　近些年，社会充斥中各种各样的排名，而众多机构也热衷于国内大学的排名。
由于所采用的指标、研究方法不同，所得到的最终排名结果也是大不相同。
对于中国的大学排名，笔者历来持怀疑与不赞成的态度。
因为首先是中国的大学有行政级别，级别高的大学从政府部门和非政府部门所获得的资源比级别低的大学多得多，他们的竞争起点不一致；其次是各指标和权数具有较大的主观性，难以获得社会的认可；再次是缺乏有公信力的排名机构，甚至有的是按照营利方式、本质是个体经营形式来操作。
但是，否认大学排名不等于否认一切排名。
比如，单指标，尤其是客观的同专业的单指标大体上是可以排名的。
并且，如果参加排名的大学又都具有同样的行政级别，则排名的可比性就更高一些。
例如，不同的大学可以就毕业生乎均起薪作排名，可以就所获得的社会资助额排名，可以就课题经费排名，可以就高考录取的平均分数排名，等等。
这也是本文为什么采用单指标进行研究的主要原因。
由此，考虑到互联网的快速发展，网络对人们生活所产生的重要影响，本文拟依据网络影响深度对中国重点大学（所谓副部级大学）的十大经济学院作一个排名。
　选择专业性的学院而没有选择综合性的大学是为了增加可比性；选择十大经济学院是因为它们所在大学的行政级别相同，也是为了增加可比性；选择经济学院是因为与笔者的专业相同，笔者更熟悉；选择网络影响深度比较是因为它是一个客观指标，也是一个新指标。
所谓网络影响深度是指，每个学院所有教授的经过调整的平均网络检索数量。
这里只选择教授而没有选择所有教师，一是因为教授是学院学术水平的代表，二是因为对所有教师做调查其工作量太大，也无必要。

编辑推荐

《经济学家茶座》自2000年开办以来，以轻松、休闲、高雅为独特定位，其清新的风格，平实的文风，亲近读者、贴近生活、关注民生的内容特点，很快为读者所接受，并享誉学界。
《经济学家茶座》（总第35辑）《经济学家茶座》2008年第三十五辑，能帮助有知识的人获取智慧，帮助有智慧的人获取知识。

第一图书网, tushu007.com

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