

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787300097176

10位ISBN编号：7300097170

出版时间：2008-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：王春香

页数：327

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

21世纪,科学技术发展日新月异,发明创造层出不穷,知识更新日趋频繁,全民学习、终身学习已经成为适应经济与社会发展的基本途径。

近年来,我国高等教育取得了跨越式的发展,毛入学率由1998年的8%迅速增长到2004年的19%,已经进入到大众化的发展阶段,这其中高等继续教育发挥了重要的作用。

同时,高等继续教育作为“传统学校教育向终身教育发展的一种新型教育制度”,对实现“形成全民学习、终身学习的学习型社会”、“构建终身教育体系”的宏伟目标,发挥着其他教育形式不可替代的作用。

目前,我国高等继续教育的发展规模已占全国高等教育的一半左右,随着我国产业结构的调整、传统产业部门的改造以及新兴产业部门的建立,各种岗位上数以千万计的劳动者,需要通过边工作边学习来调整自己的知识结构、提高自己的知识水平,以适应现代经济与社会发展的要求。

可见,我国高等继续教育的发展,既肩负着重大的历史使命又面临着难得的发展机遇。

我国的高等继续教育要抓住机遇发展,完成自己的历史使命,从根本上说就是要全面提高教育教学质量,这涉及多方面的工作,但抓好教材建设是提高教学质量的基础和中心环节。

众所周知,高等继续教育的培养对象主要是已经走上各种生产或工作岗位的从业人员,这就决定了高等继续教育的目标是培养能适应新世纪社会发展要求的动手能力强、具有创新能力的应用型人才。

因此,高等继续教育教材的编写“要本着学用结合的原则,重视从业人员的知识更新,提高广大从业人员的思想文化素质和职业技能”,体现出高等继续教育的针对性、实用性和职业性特色。

## <<管理经济学>>

### 内容概要

《管理经济学》是一本体系新颖、内容完整的管理经济学教材，涵盖了管理经济学所有的重要理论，并从不同角度和不同情况阐述了企业如何实现利润和价值最大化的原理和方法，还探讨了有关基本原理在企业产品定价、长期投资、风险管理、组织与激励设计等方面的实践与应用。全书的内容安排由浅入深，实例丰富，对管理经济学常用的数学基础知识进行了系统梳理，适合作为管理经济学的入门教材，也适合学习各种经济学基础的读者阅读参考。

<<管理经济学>>

作者简介

王春香，中国人民大学继续教育学院副教授。  
长期从事管理经济学、产业经济学和企业战略管理的教学与研究。  
主编和参与编写相关教材多本，译著若干，主要有：《管理经济学》、《管理经济学与组织架构》、《企业、政府与社会》、《企业与社会：公司战略、公共政策与伦理》、《公司价值评估》、《管理科学实务教程》、《财务管理基础》等。

## 书籍目录

基础篇第一章 管理经济学与管理决策第一节 什么是管理经济学第二节 企业目标与管理决策第三节 企业的外部环境第四节 企业的内部条件第五节 企业的社会责任第六节 本书的结构第二章 管理数学基础第一节 管理决策过程与变量第二节 代数基础第三节 几何基础第四节 微积分基础市场篇第三章 需求、供给与市场价格第一节 需求第二节 供给第三节 市场均衡及其变动第四节 政府干预对市场均衡的影响第四章 需求弹性及其应用第一节 需求的价格弹性第二节 企业的收入函数（曲线）与价格弹性的应用第三节 需求的交叉价格弹性第四节 需求的收入弹性生产篇第五章 成本利润分析第一节 利润目标与决策准则第二节 机会成本分析与决策第三节 贡献分析与决策第四节 盈亏平衡分析法第六章 生产函数与成本函数第一节 生产函数第二节 成本函数第七章 利润最大化原理与最优决策第一节 利润最大化法则第二节 单一可变要素的最优利用第三节 多种投入要素的最优组合第四节 产品产量的最优组合第五节 多工厂产量的最优组合第六节 多个市场的最优分销决策竞争篇第八章 市场结构与竞争策略第一节 完全竞争市场中企业的产量决策第二节 完全垄断市场中企业的价格与产量决策第三节 垄断性竞争市场中企业的价格和产量决策第四节 寡头垄断市场中企业的价格和产量决策第九章 定价决策第一节 最优价格与可接受价格第二节 成本加成定价第三节 差别定价第四节 联产品的定价第五节 双重定价第六节 转移价格第七节 新产品定价投资篇第十章 长期投资决策第一节 货币的时间价值第二节 货币时间价值与日常经营决策第三节 投资决策的数据，第四节 投资方案的评价方法第五节 几种典型的投资决策第十一章 风险分析与决策第一节 风险与风险态度第二节 风险分析与评价第三节 考虑风险的投资决策组织篇第十二章 组织与激励第一节 代理问题第二节 组织基础第三节 激励基础第四节 业绩评估附录A 现值系数表附录B 总现值系数表参考文献

## 章节摘录

基础篇 第一章 管理经济学与管理决策 第一节 什么是管理经济学 三 管理经济与微观经济学的关系 管理经济学是在微观经济学（而不是管理学）的基础上发展起来的，因此它与微观经济学具有非常密切的关系。

微观经济学为管理经济学提供了理论基础和分析方法。

但另一方面，管理经济学又不同于微观经济学。

1. 微观经济学是一门理论学科，而管理经济学是一门应用学科 作为一门理论学科，微观经济学以抽象的企业——厂商的决策为研究对象，研究最优价格与产量的确定。

作为一门应用学科，管理经济学研究现实的企业决策问题，包括生产技术、生产规模、产品组合、要素组合、各种具体的定价决策、广告和促销决策、投资决策等。

在分析和解决这些决策问题时，从过程和结果来看，管理经济学都符合微观经济学的基本原理和方法，但所解决的往往是微观经济学所不涉及的具体问题。

2. 微观经济学以利润为唯一决策目标，管理经济学可能要考虑其他决策目标 从全局和长期来看，利润往往是企业主要的或根本的目标。

因此，微观经济学在作分析和研究时，通常假定企业以利润为唯一目标。

但具体到某一段时间或某一项目的决策，企业可能追求市场份额最大，也可能追求风险最小，而愿意暂时放弃一部分利润。

管理经济学在作决策分析时，通常就要考虑这种现实需要，同时兼顾其他必要的目标。

现代企业在作决策时，对外应注意企业的形象，对内应照顾好各方面的利益，同时无论对内对外，在作决策时都要有长远的眼光。

所以，管理经济学决策的结果，可能是一种满意利润而非最大利润。

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>