第一图书网, tushu007.com

<<经济学原理>>

图书基本信息

书名：<<经济学原理>>

13位ISBN编号：9787300100678

10位ISBN编号：7300100678

出版时间：2009-4

出版时间：中国人民大学出版社

作者：韦曙林

页数：325

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

我们正处在教育史，尤其是高等教育史上的一个重大的转型期。
在全球范围内，包括在我们中华大地，以校园课堂面授为特征的工业化社会的近代学校教育体制，正在向基于校园课堂面授的学校教育与基于信息通信技术的远程教育相互补充、相互整合的现代终身教育体制发展。
一次性学校教育的理念已经被持续性终身学习的理念所替代。
在高等教育领域，从1088年欧洲创立波洛尼亚大学以来，21世纪以前的各国高等教育基本是沿着精英教育的路线发展的，这也包括自19世纪末创办京师大学堂以来我国高等教育短短一百多年的发展史。
然而，自20世纪下半叶起，尤其在迈进21世纪时，以多媒体计算机和互联网为主要标志的电子信息通信技术正在引发教育界的一场深刻的革命。
高等教育正在从精英教育走向大众化、普及化教育，学校教育体系正在向终身教育体系和学习型社会转变。
在我国，党的十六大明确了全面建设小康社会的目标之一就是构建学习型社会，即要构建由国民教育体系和终身教育体系共同组成的有中国特色的现代教育体系。
教育史上的这次革命性转型决不仅仅是科学技术进步推动的。
诚然，以电子信息通信技术为主要代表的现代科学技术的进步，为实现从校园课堂面授向开放远程学习、从近代学校教育体制向现代终身教育体制和学习型社会的转型提供了物质技术基础。
但是，教育形态演变的深层次原因在于人类社会经济发展和社会生活变革的需求。
恰在这次世纪之交，人类社会开始进入基于知识经济的信息社会。
知识创新与传播及应用、人力资源开发与人才培养已经成为各国提高经济实力、综合国力和国际竞争力的关键和基础。
而这些是仅仅依靠传统学校校园面授教育体制所无法满足的。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书尝试用经济学思维方式，解读人生面临的欲望无限与资源稀缺的矛盾；从分析经济学基本问题，即生产什么，如何生产，为谁生产，谁做出、如何做出选择等人手，让读者系统掌握经济学的基本原理及分析中国经济问题的思路：通过案例分析，体现经济学特有的人文关怀及实用价值。
本书既适合作为大专院校教材，也适合对经济学感兴趣的人士阅读。

作者简介

韦曙林，厦门大学经济学博士，副教授，硕士生导师，国家留学基金委公派英国剑桥访问学者。广东省经济学会理事、广州市科技局专家库财经专家、中山大学MPA兼职导师。
主要研究领域：宏观经济理论与公共政策分析。
1993年至今任教于华南理工大学，主讲《西方经济学》、《公共财政学》、《公共项目管理与评价》等课程。
在国家级和省部级刊物上公开发表论文30多篇，有多篇论文被《新华文摘》等刊物全文转载和引用，荣获广东省委宣传部“优秀社会科学成果奖”、“广东省金融学会优秀科研成果奖”、华南理工大学“人文社会科学类科研论文（Ⅰ类刊物）奖”等。
主持广西重大招标课题、广东省哲学社会科学规划课题、省科技厅课题等10多项，出版专著《中国市场经济发展的制度障碍探源——王亚南经济思想的启示》，译著《公共部门预算理论》。

<<经济学原理>>

书籍目录

第一章 经济学的关怀第一节 需求与稀缺——经济学是什么一、人类需求的无限性二、经济资源的稀缺性三、经济学的产生第二节 问题与选择——经济学要学什么一、经济学的基本问题二、经济学的主要内容第三节 思想与工具——如何学习经济学一、经济学的思维方式二、像经济学家一样思考三、经济学的局限性第二章 生产什么第一节 生产商品一、消费者的偏好二、商品的效用三、商品的价值量四、性能与价格之比第二节 生产公共产品一、公共产品的特征二、搭便车与市场失灵三、公共产品的生产第三章 如何生产第一节 生产理论分析一、生产函数与生产可能性二、边际收益递减规律三、生产要素的合理投入与组合第二节 生产成本分析一、机会成本二、短期成本三、长期成本四、利润最大化原则第四章 谁做出选择第一节 需求与供给一、需求量的影响因素及变动二、供给量的影响因素及变动第二节 市场均衡与均衡价格一、均衡及均衡价格二、消费者均衡与生产者均衡三、商品市场均衡与货币市场均衡四、政府对市场价格的干预第三节 需求弹性与供给弹性一、弹性的概念和意义二、需求弹性的分类及影响因素三、供给弹性的分类及影响因素第五章 交易规则与市场结构第一节 交易规则一、等价规则(一分钱一分货)二、信用规则(顾客是上帝)三、法制规则(保障所有者产权)第二节 市场结构一、四种市场结构二、四种市场结构的价格三、四种市场结构的比较第六章 为谁生产第一节 劳动与工资一、劳动的供给二、工资的决定因素三、工资的性质与形式第二节 资本与利息一、资本、利息及利息率二、利息率的决定三、利息在经济发展中的作用第三节 土地与地租一、土地的含义及特性二、土地的供求与地租的决定三、准地租与经济租金第四节 企业家精神与利润一、利润与超额利滑二、企业家精神与创新风险三、利润在经济发展中的作用第七章 国民所得与收入再分配第一节 国民收入的核算一、国内生产总值(GDP)与国民生产总值(GNP)二、“漏出”、“注入”与经济总流程三、国民生产总值的核算方法第二节 税收与宏观收入再分配一、洛伦茨曲线和基尼系数二、经济效率和帕累托最优三、征税原则与税种、税率四、我国个人所得税的相关问题第三节 财政、货币政策与社会保障一、财政与预算政策二、中央银行与货币政策工具三、社会保障第八章 货币、消费、储蓄与投资第一节 货币的供求与汇率一、货币的定义与功能二、货币的需求三、货币的供给四、汇率第二节 消费与储蓄一、消费与储蓄的动机二、消费函数三、储蓄函数四、乘数原理第三节 投资与证券一、投资的含义及分类二、投资与利率三、金融投资与证券四、投资组合与资本积累五、加速原理第九章 经济增长与失业、通货膨胀第一节 经济增长理论一、经济增长的含义与特征二、影响经济增长的因素及环境三、经济增长的模型四、探索中国经济增长的新模式第二节 失业与通货膨胀，一、失业理论二、通货膨胀的定义及测量三、通货膨胀的分类及影响四、通货膨胀的成因五、菲利普斯曲线与治理通货膨胀的对策复习思考题参考答案参考文献后记

章节摘录

3．厂商进出市场相对容易　　通常情况下，能形成垄断竞争的行业的产品都具有消费需求大、消费数量多等特征，所以垄断竞争的厂商一般规模不大，规模经济不是很明显。
同时也没有法律上的限制，因此进出此行业比较容易。
足够多的厂商数目和相对自由的资源流动，使得厂商之间难以出现诸如瓜分市场之类的共谋，厂商通常只能独立作出价格与产量决策。
　垄断竞争厂商广泛存在于快速消费品行业、食品业、餐馆、百货商店等。
在日常生活中，我们经常能够看到各种各样的饮品和零食供我们选择，并且频繁地出现新的饮料和淘汰某些饮料。
事实上，这些饮料功能相似，质量差异不是很大，只是分属于不同的厂商，或是同一厂商的不同品牌，可能价格不一样，包装不一样，宣传的方式、影响对象等不一样，或者只是超市摆放货架的层次不同，这些都可能影响到消费者的选择。
　（四）寡头垄断市场　寡头垄断，是指行业市场由几家厂商占据绝对优势。
它虽然存在着竞争因素，但垄断因素更多的是一种现实的市场结构。
同垄断竞争市场一样，寡头垄断市场也介于完全竞争市场和完全垄断市场这两种极端形式之间，但更偏向完全垄断市场。
寡头垄断厂商广泛存在于现实生活中，如钢铁行业、汽车行业、石油行业、电器行业等生产成本和技术含量高的制造业。
如国内中石油和中石化两大巨头，又如在美国，汽车行业被通用、福特、克莱斯勒三大汽车制造商和几家国外制造商所垄断。
　　寡头垄断市场一般具备以下特征：　　1．厂商数目很少　　寡头垄断市场上通常只有几家生产厂商，每一家厂商占有的市场份额都很大。
他们的市场份额总和都占市场容量的绝大部分，每一家厂商的定价与生产战略都会对整个行业市场的价格和生产数量产生影响，即单个生产厂商的行为能够在很大程度上影响市场的价格水平。
　　2．新厂商不容易进入市场　　由于寡头垄断厂商一般规模较大，规模经济明显，少数几家厂商已经在市场上占有绝对多的份额，要想轻易进入此行业，与原有厂商争夺市场比较困难。
寡头垄断行业一般是生产高度集中的行业，在一定时期内，大厂商数目基本固定。
为防两败俱伤，各大厂商之间可能会出现诸如瓜分市场之类的共谋。

编辑推荐

既适合作为大专院校教材，也适合对经济学感兴趣的人士阅读。

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