第一图书网, tushu007.com

<<微观经济学>>

图书基本信息

书名：<<微观经济学>>

13位ISBN编号：9787300110738

10位ISBN编号：7300110738

出版时间：2009-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：罗伯特·S·平狄克

页数：673

译者：高远,朱海洋,范子英

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

中国是一个文明古国，有着几千年的辉煌历史。
近百年来，中国由盛而衰，一度成为世界上最贫穷、落后的国家之一。
1949年中国共产党领导的革命，把中国从饥饿、贫困、被欺侮、被奴役的境地中解放出来。
1978年以来的改革开放，使中国真正走上了通向繁荣富强的道路。
中国改革开放的目标是建立一个有效的社会主义市场经济体制，加速发展经济，提高人民生活水平。
但是，要完成这一历史使命绝非易事，我们不仅需要从自己的实践中总结教训，也要从别人的实践中获取经验，还要用理论来指导我们的改革。
市场经济虽然对我们这个共和国来说是全新的，但市场经济的运行在发达国家已有几百年的历史，市场经济的理论亦在不断发展完善，并形成了一个现代经济学理论体系。
虽然许多经济学名著出自西方学者之手，研究的是西方国家的经济问题，但他们归纳出来的许多经济学理论反映的是人类社会的普遍行为，这些理论是全人类的共同财富。
要想迅速稳定地改革和发展我国的经济，我们必须学习和借鉴世界各国包括西方国家在内的先进经济学的理论与知识。
本着这一目的，我们组织翻译了这套经济学教科书系列。
这套译丛的特点是：第一，全面系统。
除了经济学、宏观经济学、微观经济学等基本原理之外，这套译丛还包括了产业组织理论、国际经济学、发展经济学、货币金融学、公共财政、劳动经济学、计量经济学等重要领域。
第二，简明通俗。
与经济学的经典名著不同，这套丛书都是国外大学通用的经济学教科书，大部分都已发行了几版或十几版。
作者尽可能地用简明通俗的语言来阐述深奥的经济学原理，并附有案例与习题，对于初学者来说，更容易理解与掌握。

内容概要

本书的主要特色是： 1. 理论与实践相结合。
本书配有大量的案例，对微观经济理论在实践中的麻用进行了说明。
2. 图文并茂。
本书包含大量图表，形象地论述了需经复杂处理才能得出重要结果的微观经济学模型，并用一些实际数据进行了分析。
3. 数学应用。
阅读本书不需要学生具备高深的数学知识，学生只要掌握一些基本的代数知识即可学习本书。
本书非常适合作为高年级本科生教学使用，也可为广大研究人员、政府和企业决策者提供参考。

作者简介

作者：(美国)罗伯特·S·平狄克(Robert S.Pindyck) (美国)丹尼尔·L·鲁宾费尔德(Daniel L.Rubinfeld)
译者：高远 朱海洋 范子英 等罗伯特·S·平狄克是麻省理工学院斯隆管理学院的经济学和金融学教授。
他于1971年在麻省理工学院获得经济学博士学位。
他的研究领域主要是微观经济学和产业组织。
平狄克教授发表过大量的文章，并且出版了数本教科书，其中的《微观经济学》、《不确定性下的投资》和《计量经济模型与经济预测》被美国的高校广泛采用。
丹尼尔·L·鲁宾费尔德是加州大学伯克利分校法学教授和经济学教授，并曾在1997年和1998年担任美国司法部的首席经济学家。
他于1972年在麻省理工学院获得博士学位。
他在反托拉斯、竞争政策、法和经济学、法和统计学以及公共经济学领域中发表了多篇论文。
平狄克教授和鲁宾费尔德教授还合著了另一本非常畅销的图书——《计量经济模型与经济预测》。

<<微观经济学>>

书籍目录

第1篇 导论：市场和价格 第1章 绪论 1.1 微观经济学的主题 1.2 什么是市场？ 1.3 实际价格和名义价格 1.4 为什么要学习微观经济学？ 第2章 供给和需求的基本原理 2.1 供给和需求 2.2 市场机制 2.3 市场均衡的变动 2.4 供给和需求的弹性 2.5 短期弹性和长期弹性 2.6 理解并预测市场状况改变所造成的结果 2.7 政府干预——价格控制的效应第2篇 生产者、消费者以及竞争性市场 第3章 消费者行为 3.1 消费者偏好 3.2 预算约束 3.3 消费者选择 3.4 显示偏好 3.5 边际效用与消费者选择 3.6 生活成本指数 第4章 个人需求和市场需求 4.1 个人需求 4.2 收入效应和替代效应 4.3 市场需求 4.4 消费者剩余 4.5 网络外部性 4.6 需求的经验估计 第4章附录 需求理论——一种数学的处理方法 第5章 不确定性与消费者行为 5.1 描述风险 5.2 风险偏好 5.3 降低风险 5.4 对风险资产的需求 5.5 行为经济学 第6章 生产 6.1 生产技术 6.2 一种可变投入要素(劳动)的生产 6.3 两种可变投入要素的生产 6.4 规模报酬 第7章 生产成本 7.1 成本的测度：哪些成本重要？ 7.2 短期成本 7.3 长期成本 7.4 长期与短期成本曲线 7.5 两种产品的生产——范围经济 7.6 成本的动态变化学习曲线 7.7 估计和预测成本 第7章附录 生产与成本理论种数学方法 第8章 利润最大化和竞争性供给 8.1 完全竞争市场 8.2 利润最大化 8.3 边际收益、边际成本和利润最大化 8.4 选择短期产量 8.5 竞争性厂商的短期供给曲线 8.6 短期市场供给曲线 8.7 长期产量选择 8.8 行业的长期供给曲线 第9章 竞争性市场分析 9.1 政府政策的损益评价——消费者剩余和生产者剩余 9.2 竞争性市场的效率 9.3 最低价格 9.4 价格支持和生产配额 9.5 进口配额与关税 9.6 征税或补贴的影响 第3篇 市场结构和竞争策略 第10章 市场势力：垄断与买方垄断 10.1 垄断 10.2 垄断势力 10.3 垄断势力的来源 10.4 垄断势力的社会成本 10.5 买方垄断 10.6 买方垄断势力 10.7 限制市场势力：反托拉斯法 第11章 有市场势力的定价 11.1 攫取消费者剩余 11.2 价格歧视 11.3 跨期价格歧视和高峰负荷定价 11.4 两部收费制 11.5 捆绑销售 11.6 广告 第11章附录 联合厂商的内部转移定价 第12章 垄断竞争和寡头垄断 12.1 垄断竞争 12.2 寡头垄断 12.3 价格竞争 12.4 竞争和共谋：囚徒困境 12.5 囚徒困境对寡头定价的意义 12.6 卡特尔 第13章 博弈论和竞争策略 13.1 博弈和策略性决策 13.2 占优策略 13.3 纳什均衡回顾 13.4 重复博弈 13.5 序贯博弈 13.6 威胁、承诺和可信性 13.7 对进入的阻止 13.8 拍卖 第14章 投入要素市场 14.1 竞争性要素市场 14.2 竞争性要素市场的均衡 14.3 买方垄断势力的要素市场 14.4 有垄断势力时的要素市场 第15章 投资、时间及资本市场 15.1 存量与流量 15.2 贴现值 15.3 债券的价值 15.4 资本投资决策的净现值标准 15.5 对风险的调整 15.6 消费者的投资决策 15.7 人力资本投资 15.8 跨时的生产决策——可耗竭资源 15.9 利率是如何决定的第4篇 信息、市场失灵以及政府的角色 第16章 一般均衡与经济效率 16.1 一般均衡分析 16.2 交换的效率 16.3 公平和效率 16.4 生产的效率 16.5 自由贸易的利益 16.6 总结——竞争性市场的效率 16.7 市场为什么会失灵 第17章 信息不对称市场 17.1 质量不确定性和“柠檬”市场 17.2 市场信号传递 17.3 道德风险 17.4 委托一代理问题 17.5 一体化企业内的管理激励 17.6 劳动市场的不对称信息：效率工资理论 第18章 外部性与公共品 18.1 外部性 18.2 纠正市场失灵的办法 18.3 存量外部性 18.4 外部性和产权 18.5 公共资源 18.6 公共品 18.7 对公共品的私人偏好附录 回归分析基础 知识词汇表部分练习题答案译后记

章节摘录

插图：品间分配收人，同时将解释这些分配的决策是如何决定各种各样商品和服务的需求的。
理解消费者购买决策将依次帮助我们理解收入和价格的变化是怎样影响商品和服务的需求，以及为什么有些产品相对于其他产品来说其需求对价格和收入的变化更为敏感。
下述三个独立的步骤是理解消费者行为的最佳方法：1.消费者偏好：第一步是找到一种实际可行的方法去描述人们偏好一种商品而不是另一种商品的原因。
我们将看到消费者对千差万别的商品的偏好是如何用被图解和代数的方法说明的。
2.预算约束：当然，消费者也必须得考虑价格。
因此在第二步，我们考虑到消费者的收入有限限制了他们所能购买的商品数量。
在这样的情形下消费者是如何做的呢？
我们在第三步中把消费者偏好和预算约束结合起来以寻找答案。
3.消费者选择：在偏好和收入给定的条件下，消费者选择购买能使其满足程度最大化的商品组合。
这些组合将取决于各种商品的价格。
因此，理解消费者选择将帮助我们理解需求——也就是，消费者选择购买多少数量的商品取决于该商品的价格。
这三个步骤是消费者行为理论的基础，我们将在本章的前三节中详细地探讨它们。
接下来我们将研究消费者行为中其他一些有趣的方面。
比如，我们将看到如何通过对消费者行为的实际观察来确定消费者偏好的性质。
因此，如果消费者选择了某件商品而不是另外一件定价相似的可替代商品，我们可以推断他或她更喜欢前者。
相似的结论可以从消费者在应对可购买商品价格变化时他们所做出的实际决策中得出。
在这一章的末尾，我们将回到在第1章开始时关于真实价格和名义价格的讨论。
我们已经看到消费者价格指数能度量消费者福利如何随着时间而变化。
在本章，我们通过描述一些衡量购买力变化的指数来更深入地研究购买力。
因为它们对许多社会福利项目的收入和费用都有影响，所以在美国这些指数是政府制定政策的重要工具。
消费者究竟是如何作选择的呢？
在进一步探讨之前，我们应该清楚我们有关消费者行为的假定，以及这些假定是否合乎现实。
消费者对各种各样可获得的商品存在偏好，同时他们面临对他们的购买行为施加限制的预算约束，这一主张是毋庸置疑的。
但是，消费者选择一定的商品和服务组合以最大化他们的满足程度这一主张可能有问题。
消费者真的如经济学家们通常所理解的那样理性和富有见识吗？
我们知道消费者常常非理性地做出购买决策。
比如，有些时候，他们凭一时的冲动购买，忽视或者没有充分考虑到自己的预算约束（结果陷入欠债境地）。
有时候消费者对自己的偏好不自信，或因朋友和邻居们的消费决策而改变，有时甚至是因为自己情绪的变化而变化。
而且即使消费者真的理性地行事，充分地考虑每天自己所面对的纷繁复杂的价格和选择对他们来说常常也是不可行的。

后记

《微观经济学》（第七版）是由世界著名经济学家平狄克教授和鲁宾费尔德教授所著，由复旦大学中国经济研究中心的张军教授负责中文译本的审订。
全书各章节具体的翻译分工如下：作者简介，前言，第1章 高远第2，3，4，5，6章 朱海洋第7，8，9章 张弘第10，11，12，13，14，15章 高远第16，17，18章，回归分析基础知识 范子英词汇表、部分习题答案 高远本书的译文参考了张军等翻译的《微观经济学》（第四版）和王世磊等翻译的《微观经济学》（第六版），这里我们对他们的工作表示由衷的感谢。
《微观经济学》（第七版）的三位译者参与过第六版的翻译工作，经验的积累为译稿的质量打下了良好的基础。
本书最后统稿过程中，我们尽量统一了译文风格。
然而，我们并不强求英译中后字面上要完全相同，因为译文要融人具体的语境之中，例如在第6章和第7章介绍生产和成本理论时，我们把“ firm ”翻译成“ 企业 ”，而在之后章节具体探讨各种市场结构时，我们把“ firm ”翻译成“ 厂商 ”。
虽然企业和厂商的概念几乎没有差别，但在不同语境中使用“ 企业 ”和“ 厂商 ”进行描述更符合中文的语言习惯。
翻译的过程是不断学习、精益求精的过程。
作为一本国内广泛使用的经济学教材，我们深知译稿的质量将影响到读者的理解。
严谨求真的理念激励着我们，不过，纵使我们希望完美无瑕，也可能存在些许不足，我们真诚地希望细心的读者能够不吝指正。
最后，感谢人大出版社的领导和编辑所做的出色的工作和对我们的信任。

编辑推荐

《微观经济学(第7版)》是“十一五”国家重点图书出版规划项目，经济科学译丛系列之一。

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