

<<管理经济学>>

图书基本信息

书名：<<管理经济学>>

13位ISBN编号：9787300121567

10位ISBN编号：730012156X

出版时间：2010-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：吴德庆，马月才，王保林 编著

页数：360

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>

## &lt;&lt;管理经济学&gt;&gt;

## 前言

我们编写这本教材的目的有两个：一是向读者介绍微观经济学的基础知识；二是探讨怎样将微观经济学的原理和方法应用于企业管理决策的实践。

这两个目的是互相联系、相辅相成的。

管理经济学是一门应用经济学，我们更着力于突出它的应用性，致力于把这门学科建设成为连接经济学理论和企业管理决策实践的桥梁。

在本书中，对经济学理论的探讨力求从实际需要出发，少而精，将重点放在市场机制运行的基本原理和在市场经济条件下企业行为的一些基本规律上。

运用经济学的原理，结合企业内外的具体环境探讨如何进行管理决策，是本书的中心。

微观经济学的具体原理很多，但对管理决策来说，最基础的概念是机会成本，最基本的方法是边际分析法。

正确理解和把握这两项内容是科学决策的保证。

本书的一大特点就是对这两项内容都作了深入具体的剖析，在各章中用大量实例和案例反复阐释它们在管理决策中的应用，它们所蕴涵的决策思想贯穿全书的始终。

另外，作为一种基本的经济分析方法，增量分析法是边际分析法的变形，其中，边际分析法多偏重理论，增量分析法更贴近实际。

为了更好地将理论与实际相结合，突出应用性，在这本教材中，我们努力做到两种方法并举。

本书的结构和章次的安排是围绕企业的目标——谋求企业价值的最大化这一主线展开的。

全书除绪论外，分为10章。

需要说明的是，鉴于管理经济学这门课程与其他课程在内容上可能会有交叉，课堂讲授的时数可能有限，学员的需要也可能不同，教师在使用这本教材时，可以对讲授的内容做一定的选择。

本书的核心内容包括绪论，第1、2、4、5、6、7章，其他各章，即第3、8、9、10章，则可供选学。

即使在核心内容中，有些内容也可以略去不讲，如绪论的第2节，第1章的第4节和附录，第4章的第5、6节，第5章的第6节，第6章的第6、7节，第7章的第5、6、7节。

在供选学的几章中，也可主要讲基本的原理，而把外围性和应用方面的内容留给学生自己去阅读。

本书在文字上力求深入浅出，清晰易懂，对数学的要求不超过初等微分。

在探讨如何决策的问题时，努力做到理论的探讨与实用的方法相结合。

这本教材问世于1987年，20多年来广大师生和读者对它的欢迎程度始终不减。

其间我们进行过几次大的修订，使它的内容得以与时俱进和不断完善，使它能更加紧跟时代、贴近生活、方便教学。

现在的这个版本是第五版。

与第四版相比，除了对正文作了一些修订外，重点是调整和更新了书中的案例、“生活中的经济学”栏目和练习题等，使它们在数量和质量上又有了较大的提高，并使全书在理论联系实际方面有了新的进步。

## <<管理经济学>>

### 内容概要

本书的结构和章次的安排是围绕企业的目标——谋求企业价值的最大化这一主线展开的。全书除绪论外，分为10章，内容包括：市场供求及其运行机制，需求分析，需求估计和需求预测，生产决策分析，成本利润分析，市场结构和企业行为，定价实践，长期投资决策，企业决策中的风险分析，政府的经济作用。

本书在文字上力求深入浅出，清晰易懂，对数学的要求不超过初等微分。在探讨如何决策的问题时，努力做到理论的探讨与实用的方法相结合。

## 书籍目录

绪论 第1节 管理经济学的研究对象和任务 第2节 管理经济学与企业管理决策 案例0—1 玉溪卷烟厂的企业决策与快速发展 第3节 管理经济学的基本方法 生活中的经济学0—1 学习时间应当怎样分配 第4节 社会主义市场经济体制下的企业 案例0—2 阶段性战略目标指引海尔发展壮大 案例0—3 规范央企负责人薪酬管理的指导意见 第5节 社会主义市场经济条件下的企业利润 生活中的经济学0—2 看电视的经济学第1章 市场供求及其运行机制 第1节 需求 案例1—1 通用汽车和克莱斯勒为什么会破产 第2节 供给 案例1—2 成本上涨给东南沿海地区劳动密集型产业带来困境 第3节 供求法则和需求—供给分析 案例1—3 房价走高, 原因何在 生活中的经济学1—1 倒卖专家号, 屡打不绝 第4节 市场机制与社会资源的配置 附录 在需求曲线的背后: 消费者选择理论第2章 需求分析 第1节 需求的价格弹性 案例2—1 门票涨价, 收益减少 生活中的经济学2—1 自由贸易和价格弹性 生活中的经济学2—2 价格弹性与征税效果 案例2—2 根据“e,” 把生意做大——一则美国西南航空公司的发家故事 第2节 需求的收入弹性 第3节 需求的交叉价格弹性 案例2—3 汽油价格与小型汽车的需求第3章 需求估计和需求预测 第1节 需求估计 案例3—1 什么样的人丢什么样的垃圾 第2节 需求预测第4章 生产决策分析 第1节 什么是生产函数 第2节 单一可变投入要素的最优利用 生活中的经济学4—1 人多真的好办事吗 案例4—1 国企改革中的减员增效 第3节 多种投入要素的最优组合 案例4—2 本企业通过省人化努力降低成本 生活中的经济学4—2 用投入要素最优组合原理指导裁员决策 案例4—3 技术效率与经济效率 第4节 规模与收益的关系 案例4—4 马克西—西尔伯斯通曲线与汽车生产的规模经济 第5节 柯布—道格拉斯生产函数 第6节 生产函数和技术进步 案例4—5 技术进步不断推动成本降低第5章 成本利润分析 第1节 管理决策中几个重要的成本概念 生活中的经济学5—1 为从国外购买的物品补税是否合算 第2节 成本函数 生活中的经济学5—2 为什么有些企业的短期平均变动成本在一定产量范围内是不变的 案例5—1 塑胶大王王永庆的成功之路 第3节 规模经济和范围经济 案例5—2 怎样确定餐厅的经营规模 案例5—3 7-ELEVEN的多元化经营与范围经济的利用 第4节 贡献分析法及其应用 第5节 盈亏分界点分析法及其应用 第6节 成本函数的估计第6章 市场结构和企业行为 第1节 市场结构的分类 第2节 完全竞争条件下的企业行为模式 生活中的经济学6—1 股票市场和完全竞争 第3节 完全垄断条件下的企业行为模式 案例6—1 打破垄断才能消灭殡葬暴利——对我国殡葬产业发展问题的探讨 第4节 垄断竞争条件下的企业行为模式 生活中的经济学6—2 缤纷的美食世界 第5节 寡头垄断条件下的企业行为模式 案例6—2 政府的广告禁令反使烟草业得利 案例6—3 彩电业的价格战 案例6—4 沃尔玛是怎样起家的 案例6—5 国际航空快递业的市场结构特征 第6节 销售收入最大化的企业行为模式 生活中的经济学6—3 作者与出版社在图书定价问题上的矛盾 第7节 经济全球化与竞争第7章 定价实践 第1节 成本加成定价法 案例7—1 美国企业是如何用成本加成定价法定价的 第2节 增量分析定价法 案例7—2 日本航空公司的学生机票与“青春18”火车票 第3节 最优报价的确定 第4节 差别定价法 案例7—3 暑期机票对师生优惠 第5节 高峰负荷定价法 案例7—4 上海实行电价新模式, 平安度过电力短缺关 第6节 多产品定价法 案例7—5 感恩节的火鸡价格 第7节 中间产品转移价格的确定第8章 长期投资决策 第1节 投资概念及投资决策过程 第2节 货币的时间价值 第3节 现金流量的估计 第4节 资金成本的估计 第5节 投资方案的评价方法 生活中的经济学8—1 在人力资本上的投资 第6节 投资决策原理和方法的应用 案例8—1 海尔早期的兼并策略 案例8—2 联想的跨国并购第9章 企业决策中的风险分析 第1节 风险概念和风险衡量 案例9—1 “关味馅饼”背后的风险 第2节 经济学关于风险的理论 案例9—2 为什么彩票广受欢迎 生活中的经济学9—1 怎样吓阻违法行为——从经济学的角度思考 第3节 降低风险的途径 第4节 在决策中如何考虑风险 第5节 不确定条件下的企业决策 第6节 信息的搜集成本和价值第10章 政府的经济作用 第1节 市场的效率 案例10—1 为“图章革命”叫好 第2节 垄断的弊端、政府的反垄断政策及对自然垄断企业的管制 案例10—2 世纪之交我国打破电信垄断的历程 第3节 外部经济效应和政府的对策 案例10—3 关于实行排污权有偿转让制度 第4节 公共物品及其供给 第5节 信息不完全和政府的介入 第6节 效率与公平

## &lt;&lt;管理经济学&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：管理经济学的原理与方法主要来自微观经济学，但管理经济学不是简单借用微观经济学中一些现成的原理和结论，更重要的是应用在推导这些原理和结论时所使用的经济分析方法。

这是因为微观经济学研究的是抽象的企业，它所涉及的决策问题大多只属于价格决策、产量决策，而在现实的管理中，要决策的问题多种多样，如企业的生产技术、生产规模、产品组合、广告和投资等。

显然，要依靠微观经济学得出的、用来研究抽象企业的现成原理和结论来解决这么多的现实问题是很不够的。

所以，管理经济学在进行经济决策时，必须着重应用最基本的分析方法，这个方法就是微观经济学的边际分析法。

微观经济学对企业行为的研究，是以企业的唯一目标是追求最大限度的利润为前提的。

但现实的企业并非如此，它的目标只能是有条件地谋求尽可能多的利润。

这是因为：首先，现实的企业经营活动要受到一定的限制，例如资源条件的限制、政府法令的限制等，企业不能为所欲为；其次，从短期看，现实企业的目标总是多样化的，除了利润之外，还可能把扩大市场份额、提高产品质量、开发新产品和承担社会责任等作为一定时期的目标。

所以，管理经济学在应用微观经济学的经济分析方法从事管理决策时，尽管首先也要以利润的多少作为决策的准则，但是管理者在最后决定之前，还必须兼顾其他目标和条件，这样作出的决策得到的就可能是满意的利润，而不是最大的利润。

从长期看，企业则应当以企业价值的最大化作为目标。

管理经济学与传统微观经济学的区别，还在于微观经济学研究的企业是以它们所处环境的全部信息为已知的和确定的为假设的，而管理经济学所研究的现实的企业则通常是在一个环境十分复杂、信息很不确定的情况下经营的。

因此，管理经济学在研究决策时，还要借助来自其他学科的各种分析工具和概念，以便收集必要的信息，并在不确定的条件下选择最优方案。

这些学科有数学、统计学、运筹学、会计学、营销学等。

从这个意义上说，管理经济学又是一门跨多学科的综合学科，它要在制定经济决策的总框架下，综合运用许多学科中的有关方法和概念。

管理经济学既然是一门应用科学，就不能局限于对经济理论本身的探讨，必然要研究企业管理经济决策的实践，并把这些实践与经济学的理论联系起来。

例如，要确定产品的最优价格，从经济理论上讲，应该使用边际分析法，即当边际成本等于边际收入时的价格才是最优的，但在实践中，人们常用成本加成法和其他方法。

管理经济学应当对这种经济决策的实践尽量作出理论上的解释，从而成为经济理论与管理实践之间的桥梁。

<<管理经济学>>

编辑推荐

《管理经济学(第5版)》是21世纪工商管理系列教材，普通高等教育“十一五”国家级规划教材，北京高等教育精品教材。

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>