第一图书网, tushu007.com

<<宏微观经济学>>

图书基本信息

书名：<<宏微观经济学>>

13位ISBN编号：9787561818275

10位ISBN编号：7561818270

出版时间：2006-3

出版时间：天津大学

作者：陈通

页数：481

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

《宏微观经济学》基于现代经济学的最新发展和教学需要编写而成。
全书分为六篇，共十五章。
主要包括概论、消费者经济行为、生产者经济行为、市场和竞争策略、宏观经济分析和宏观经济问题等内容。
《宏微观经济学》既分析了宏微观经济理论的经典内容，又介绍了经济理论的最新发展。
在理论阐释过程中力求简明扼要、深入浅出。
每章附有小结和复习思考题，便于读者掌握基本内容和自学。

<<宏微观经济学>>

书籍目录

第一篇 经济学基本概念第一章 导论第一节 经济学的基本问题第二节 需求供给和均衡价格第三节 需求弹性和供给弹性本章小结复习思考题第二篇 消费者经济行为第二章 消费者选择第一节 边际效用分析第二节 无差异曲线分析第三节 价格效应和消费者选择本章小结复习思考题第三章 就业和投资决策第一节 劳动供给决策第二节 人力资本与教育第三节 储蓄与投资第四节 投资风险决策本章小结复习思考题第三篇 生产者经济行为第四章 生产者选择第一节 生产函数第二节 成本函数第三节 生产者均衡本章小结复习思考题第五章 企业经济行为第一节 企业性质第二节 企业目标第三节 企业环境第四节 企业会计第五节 委托一代理理论本章小结复习思考题第四篇 市场和竞争策略第六章 完全竞争第一节 市场结构第二节 完全竞争产品市场第三节 完全竞争要素市场第四节 市场的一般均衡本章小结复习思考题第七章 不完全竞争第一节 完全垄断产品市场第二节 垄断竞争产品市场第三节 寡头垄断产品市场第四节 不完全竞争要素市场第五节 厂商的定价策略本章小结复习思考题第八章 信息不完全的市场第一节 不完全信息第二节 博弈论的基本知识第三节 简单博弈和纳什均衡第四节 重复博弈和序贯博弈本章小结复习思考题第九章 市场与政府第一节 市场失灵与政府的微观经济职能第二节 外部性第三节 公共物品本章小结第五篇 宏观经济分析第十章 宏观经济变量及其衡量第一节 国民收入及其核算第二节 一般价格水平及其测度第三节 总需求与总供给本章小结复习思考题第十一章 简单国民收入决定模型第一节 宏观经济均衡条件及其表现形式第二节 消费和储蓄第三节 两部门经济的均衡国民收入决定第四节 三部门和四部门国民收入决定本章小结复习思考题第十二章 国民收入决定模型的扩展第一节 货币市场与均衡利率第二节 投资的决定和IS曲线第三节 LM曲线和IS-LM模型第四节 总需求一总供给模型第五节 开放经济中国民收入决定本章小结复习思考题第十三章 宏观经济政策第一节 公共财政第二节 财政政策第三节 银行体系和货币供给第四节 货币政策第五节 财政政策和货币政策的选择及综合运用第六节 汇率制度和开放条件下的宏观经济政策本章小结复习思考题第六篇 宏观经济问题第十四章 宏观经济问题第一节 经济周期第二节 失业理论第三节 通货膨胀理论第四节 经济增长理论本章小结复习思考题第十五章 国际经济第一节 国际经济组织第二节 国际贸易第三节 国际金融第四节 对外经济政策本章小结复习思考题

章节摘录

二、企业的宗旨和使命　1．企业的基本职能　从一般意义上讲，企业作为经济社会中的经济组织具有两大基本职能，即创新和造就顾客。
1）创新　企业的基本职能之一就是要不断的创新（innovation）。
美籍奥地利经济学家熊彼特（J.A.Schumpeter）给创新下的定义是：建立一种新韵生产函数，或者通过企业家的活动将一种生产要素的新组合引入生产体系。
一个企业要有活力就得不断的创新。
企业的活力表现在企业的生存能力、发展能力、应变能力和技术进步上，体现在企业的生产、经营和管理的各个方面，企业的活力关键在于企业创新的能力和创新的机制。
企业创新有多种多样，比如，向爱斯基摩人出售冰箱，用以防止食物温度过低，就是产品用途的剖新。
企业创新一般由产品创新、技术创新、市场创新和管理创新等构成。
因此，欲维持企业长久而稳定的发展，使企业充满生机和活力，就必须从上述四个方面去创新。
只有做好了产品、技术、市场和管理这四个方面的创新，企业才能不断提供有竞争力的产品，满足不断变化了的市场需求，才能摆脱经济发展周期和产业生命周期的束缚，才能具有真正的可持续成长的能力，保持市场的竞争优势。
2）造就顾客　造就客户是企业的另一项基本职能。
顾客是企业的基础，是企业得以存在的理由。
只有顾客才能提供就业机会。
正是为了向顾客提供商品和服务，社会才将创造财富的资源委托给企业。
对于今天的企业来说，客户的需求成为企业获利能力的直接的或潜在的根源，客户的满意和成功是企业效益的惟一源泉。
企业在市场中获取所需的要素组合，例如原料资源、人力资源、技术、资本、信息等都可以很快被竞争对手效仿或复制。
但是，良好的客户资源和客户关系管理（CRM）是竞争对手模仿不了的。
企业只有通过了解客户的需求，专注于建立长期的客户关系，为客户提供比竞争对手更好的服务，增强客户的满意度和忠诚度，才能造就自己的日益增长的客户群，才能在市场竞争中求得生存和发展。
2．企业管理的基本任务　企业生存和发展有赖于卓有成效地完成好下述三项基本的管理任务。
1）取得经济成就　取得经济成就是企业管理的首要任务。
企业是一个经济组织，不同于非谋利组织，企业的管理当局在做出任何一项决策和采取任何一个行动时，都必须将取得经济成就摆在首位。
只有取得了经济成就，企业才有存在的价值，才具有权威，才是真正意义上的经济组织。
因此，取得经济成就是企业最基本的管理任务。
企业的经济成就一般体现为企业的利润。
在日趋剧烈的市场竞争中，利润不单纯是一个数量指标，而更重要地体现为企业应对未来市场风险的能力。
正如“人活着需要吃饭，但吃饭并不仅仅为了活着”一样。
企业生存、发展需要利润，但利润并不是企业的全部。
2）使各项工作具有活力并使员工有成就　企业管理的第二项基本任务是使企业中的各项工作具有活力并使员工有成就。
使企业的各项工作具有活力的途径有多种，但基本的途径是使企业的各项活动具有生产性，或价值增值性。
严格地说，在知识经济的时代，企业组织只有一种真正的资源——人。
企业的宗旨和使命只能由其员工来完成，而不能由其他要素替代。
只有企业中的员工成功了，才会有成功的企业。

如何最大限度地调动员工创造财富的积极性和创新潜能，始终是现代企业管理亟待解决的关键问题。从这个意义上说，现代企业可以定义为“企业是员工发挥个人才干、实现个人理想的最好场所”。

……

编辑推荐

《宏微观经济学》适合作为高等院校管理类专业的本科生、研究生教材，对各类企业及事业单位的管理者也有较高的阅读价值。

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