第一图书网, tushu007.com

<<市场经济原理>>

图书基本信息

书名：<<市场经济原理>>

13位ISBN编号：9787801686640

10位ISBN编号：7801686640

出版时间：2011-9

出版时间：研究出版

作者：王冰

页数：294

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

本书在借鉴西方经济学理论的基础上，对中国30年改革开放的理论与实践问题进行了系统总结，对市场经济中的商品价格及价格竞争、消费者、社会保障，以及市场经济原则与矛盾、现代市场经济的可持续发展等若干基本原理进行了理论诠释和深层解读。
在理论探索、学科建设和现实指导等方面，作者的努力都具有开拓性的意义。

对于中国改革和经济运行的现实来说，市场经济基本原理，为判断市场经济行为提供了基本标准。

本书适合党政干部，经济学研究者、经济工作者及高校师生阅读，也可作为干部培训和大学教材。

作者简介

王冰，男，1947年生，祖籍湖北武汉，出生于湖北省郧西县。
现为武汉大学经济研究所教授、博士生导师。
毕业于武汉大学经济学系政治经济学专业，毕业后留校工作至今。
曾从事人口社会学、人口经济学、住宅社会学和经济学的研究与教学工作，现主要从事市场理论、市场经济理论的研究和教学工作。
曾任研究所副所长，参与武汉大学经济学术期刊《经济评论》杂志创刊的具体工作，并先后任杂志编辑部主任.副主编和主编。
已发表学术论文230多篇，出版独著合著、主编、副主编著作、书籍24部，参加撰稿著作20部，另发表有诗、散文等体裁文章10余篇。

第一图书网, tushu007.com

<<市场经济原理>>

书籍目录

绪论
一、什么是市场经济
二、有关市场经济概念的不同提法
三、市场经济基本原理的研究任务
四、市场经济基本原理的意义
第一章 市场经济中的商品价格
一、商品价格的本质
二、商品价格形成的决定因素
三、商品价格变动的内部决定因素
四、商品价格的构成及其要素的运动
五、商品价格相关原理的市场经济意义
第二章 市场经济中的价格竞争
一、价格竞争的理论
二、市场经济与价格竞争的关系
三、导致价格竞争的主要因素
四、价格竞争对市场经济的作用
五、价格竞争对经济活动参与者经济利益的影响
六、不正当价格竞争及其概念
七、不正当价格竞争的范围
八、不正当价格竞争的危害
第三章 市场经济中的消费者
一、有关消费者的基本知识
二、消费者在市场经济中的重要作用
三、消费者问题及其危害
四、消费者特征及消费者问题产生的原因
五、保护消费者的必然性与具体措施
第四章 市场经济中的社会保障
一、社会保障理论
一、社会保障对市场经济的作用
二、市场经济对社会保障的作用
四、正确处理社会保障与市场经济的关系

第五章 市场经济原则
一、市场经济原则及其系列性
二、市场经济原则在市场经济运行中的重要意义
第六章 市场经济矛盾
第七章 现代市场经济的可持续发展
第八章 几个基础性市场经济问题的原理分析
主要参考文献

章节摘录

马克思吸收了前人商品价格思想和研究成果中的科学成份，又结合资本主义生产方式下商品价格的社会实践，对商品价格问题进行了深入细致的探讨，在人类历史上第一次创立了科学的商品价格理论体系。
马克思的商品价格理论体系，既是对商品价格产生进程的科学总结，也是对商品价格构成要素组合、运动和发展规律的客观反映。
马克思的商品价格理论体系提示了商品价格构成要素相互间的本质联系与商品价格运行的客观规律性，也就为我们认识市场经济条件下的商品价格问题提供了指导思想。
以马克思关于商品价格的相关理论作为认识市场经济条件下商品价格问题的指导思想，第一，我们就可以分辨出各种思想观点的对与错，及其理由；第二，我们就可以看出复杂的商品价格现象中各种商品价格的实质性，从而揭开各种商品价格的面纱；第三，我们就可以厘清各种商品价格类型的机理。
总之，以马克思关于商品价格相关理论为指导思想，可以增强我们在商品价格问题上的识别能力，认清各种笼罩在商品价格问题上的诱人面纱，从中揭示出商品价格问题的实质，从而促使更多的正直生产者经营者和消费者去揭露、抵制某些贪心的生产经营者为追求自身更多利益而制定的错误的商品价格，逐步养成遵循市场经济条件下的商品价格理论和商品价格规则的习惯。
（四）在判断市场经济条件下的商品价格行为方面的意义马克思关于商品价格的相关理论，为判断市场经济条件下的商品价格行为提供了理论标准。
这里的商品价格行为，指的是制订商品价格的行为。
制订商品价格的行为是复杂的，其一，制订商品价格的行为主体很复杂。
商品价格制订行为主体，既有大量的生产者、经营者，也有政府，还有其他一些组织、机构等。
其二，制订商品价格对象的复杂性决定了制订商品价格行为的复杂性。
作为制订商品价格对象的商品与服务，种类、规格等多种多样，每一种类商品每一种规格都应有相应的价格。
因此，为每一个种类每一种规格的商品都制订一种价格的行为，是非常复杂的。
……

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