

工商管理经典译丛

MANAGERIAL ECONOMICS

管理经济学

决策者的经济学工具（第7版）



保罗·基特 (Paul G. Keat)

菲利普·扬 (Philip K. Y. Young) 斯蒂芬·艾弗尔 (Stephen E. Erfle) 著

王春香 张志强 译

PEARSON

 中国人民大学出版社

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS

工商管理经典译丛



工商管理
经典译丛

MANAGERIAL ECONOMICS

管理经济学

决策者的经济学工具

(第7版)

保罗·基特 (Paul G. Keat)

菲利普·扬 (Philip K. Y. Young)

斯蒂芬·艾弗尔 (Stephen E. Erfle)

王春香 张志强

著

译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学：第 7 版/（美）基特等著；王春香等译．—北京：中国人民大学出版社，2015. 1
（工商管理经典译丛）
书名原文：Managerial economics: economic tools for today's decision makers, 7th edition
ISBN 978-7-300-20416-1

I. ①管… II. ①基…②王… III. ①管理经济学 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 297648 号

工商管理经典译丛
管理经济学——决策者的经济学工具（第 7 版）
保罗·基特 菲利普·扬 斯蒂芬·艾弗尔 著
王春香 张志强 译
Guanli Jingjixue

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242（总编室）	010-62511770（质管部）
	010-82501766（邮购部）	010-62514148（门市部）
	010-62515195（发行公司）	010-62515275（盗版举报）
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com （人大教研网）	
经 销	新华书店	
印 刷	三河市汇鑫印务有限公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2015 年 2 月第 1 版
印 张	31.75 插页 2	印 次 2015 年 2 月第 1 次印刷
字 数	780 000	定 价 65.00 元

献给我的妻子，Sheilah，我的儿女，Diana和Andrew，以及我们的七位第三代。

——保罗·基特

献给我的第三代，Hayden和Emerson。

——菲利普·扬

献给我的儿女，David，Kate和Vera。

——斯蒂芬·艾弗尔

《工商管理经典译丛》

出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》（第六版）获第十二届“中国图书奖”；《管理学》（第四版）获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本，增加新的内容，同时还还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目，都是培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等世界著名的权威出版机构畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者，皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国 and 世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，大多是国内各著名大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和实践中积累了丰富的经验，具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程,从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制,到版式、封面和插图的设计等各方面,都坚持高水平和高标准的原则,力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的 MBA 和工商管理专业核心课程的设置,并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置,以及企业管理培训的要求,故适应面较广,既可用于管理各专业不同层次的教学,又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

愿这套丛书为我国 MBA 和工商管理教育事业的发展,为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

译者序

保罗·基特、菲利普·扬和斯蒂芬·艾弗尔合作完成的《管理经济学》(第7版)保持了传统管理经济学的基本要素,比如经济决策基本原理的讲解;同时又兼收并蓄,将有价值的相关决策和分析方法纳入到体系中,比如,关于博弈论及其应用、关于资本预算方法及其应用以及有关统计方法在变量估计中的应用等。

书内各章都显现出作者的真知灼见,在此不一一列举。关于全书的章节、结构以及大小案例安排方面的优势,作者在前言中已经有所说明,这里不再赘述。此外,全书还有两点给我们很深的印象:一是作者对学科基本特性的正确把握;二是作者在各个部分对有关原理、方法细致入微的理解,从中可以看出作者教学经验之丰富和写作本书时用心之良苦。关于第二点,读者可以通过阅读细细品味。在此,对第一点略做说明。

本书的副标题是“决策者的经济学工具”,书中也的确体现出作者对“决策”的理解。虽然作者也提到诸如“大数据”等时下流行的名词,但作者并没有“赶时髦”,没有喧宾夺主地进行数据主导的“研究”,全书的核心内容仍然是决策的原理和方法。即便是介绍回归分析等目前研究领域流行乃至泛滥成灾的方法,作者也保持清醒的头脑,提醒读者这样的方法在很多情况下不能得出可靠的结论。在目前鼓励“赶时髦”、“凑热闹”同时打压“冷静探讨”、“解决问题”的学术氛围中,这样的著作是极其难能可贵的。

其实,在学术领域内外,还有很多人没有意识到,社会科学与自然科学有一个很大的不同。这就是自然科学主要是揭示和描述自然界大小物体的运行;而社会科学除了要揭示和描述人、组织和社会的运行,还要指导这些主体的运行。社会科学中各门科学(本来)分工明确,有的负责描述社会(某领域)的运行,如统计、会计、历史等;有的负责指导社会(某领域)的运行,如经济学、金融、财务等。可以理解,研究目的决定了学科的基本特征,如决策类科学往往是面向未来;而描述类科学则往往是面向过去或现在。同样可以理解,研究方法应该服从于研究目的。统计有统计的方法,会计有会计的方法,经济学则有经济学的逻辑和方法。可是由于种种原因,在目前的学术研究中,无论是统计还是会计,无论是经济学还是金融,已经眉毛胡子一把抓,都变成了千篇一律的“统计”。

这种学科认识以及方法选择上的混乱必然导致许多问题的认识混乱或肤浅。诸多学科领域都有这样的疑惑:为什么学术论文铺天盖地,理论进展却长期停止不前呢?其实根本的原因就在于此。比如经济学和金融,既然属于决策科学,就要回答“应该怎么做”的问题,而不是描述过去或别人“是怎么做的”。可以对过去或别人是怎么做的进行描述,但这并不意味着过去或别人的做法就是正确的、最优的,也不意味着这些做法应该在未来继续保持下去。要解决决策问题,无论它是否属于经济学,必须揭示出决策的道理,并根据相应的道理得到决策方法,这是靠统计过去的的数据所不可能解决的。甚至虽然决策科学和预测科学都是面向未来的,但两者也有明显不同。决策类科学得出的其实

是一种最优标准,预测科学得出的其实是一种可能性,这种可能性也许是最优的,也许不是。

技术的发展丰富了我们的物质生活,但社会科学在富足的物质生活中迷失了方向。比如,我们都知道数据的收集比以前大大方便了,有人趁机提出“大数据”的概念。这也未尝不可。然而,也许多数人还没有意识到,在数据量呈几何级数增长的同时,对我们来说,越来越重要的不是胡乱地收集和使用数据(这已经是目前学术领域的最大问题),而是明白如何辨别数据、筛选数据,如何用最少而不是最多的数据得到最确定或有价值的结论。当然,最重要、最有价值的结论就是“如何做”的结论,即决策结论。在经济学及其分支财务和金融这些决策学科中,这样的结论正是基于专业逻辑的传统研究才能得到的。

科学是人类进步的阶梯。虽然过去和未来都是自然科学担当人类进步的主要推进器,但在许多社会活动领域,人类的进步当然也都离不开社会科学的进步。从反面来说,决策科学的停滞不前很可能意味着决策实践的模仿和重复。所以,社会科学领域也应该提倡解决问题的研究,而不是一味地描述、回归;应该提倡通过原创理论研究推进科学的进步,而不是描述特定时间范围和地域范围的决策结果,这样的研究结论无非是随时间、地点而不同,没有确定的结论,也不知道结论的前提,难以在决策实践中应用;应该提倡社会科学担当起推动社会进步的责任,而不是为论文篇数、级别和科研经费而奋斗。

中国自古有“著书立说”的追求。可是,令人悲哀的现实是,学术领域流行“数篇数、论级别、点钞票”的考核模式。由于种种原因,这种基本没有合理性的考核方式在我国尤其盛行。“书”不论“篇”(论本),在我国许多高校中已经不算“科研成果”,无论其中的理论多么创新,有多大理论和实践价值。结果,目前学术领域已经没有几个人对“写书”感兴趣。进而,“书”的质量越来越差,甚至有人完全从“经济效益”考虑,召集本科生来“攒书”甚至“攒教材”。当然,受害的是千千万万的读者和一代又一代的学生。按照目前的情况,真正原创理论突破的研究已经很难在专业学术杂志上发表,原因是它不符合“流行”的研究“规范”。本着一个学者的良心,面对广大求知若渴的读者,我想真诚地说一句:要增长经济和金融方面的学问,可以选一本好书,好好来读——一定要认真筛选,百里挑一,选对了多读几遍。当然,要推荐的话,本书在备选的好书之列。

翻译是一件出力不讨好的事。虽然说起来,专业图书的翻译既需要较高或很高的专业水平,也需要较高或很高的英语和中文水平,应该属于“高、大、上”的工作,但是在我国目前的学术领域,翻译比“写书”、“攒书”还差,不算是科研成果。可是,不可否认的是,我国改革开放30多年来,如果说在经济和管理的学术和实践领域,国民的理论或科学素养有所提高的话,那专业翻译功不可没。现在全社会都在提倡“感恩”,这样规定什么算以及什么不算科研成果,并据以考核奖惩,是否有点不懂得“感恩”呢?

说到“感恩”,让我们想起了本书翻译过程中来自方方面面的支持。在此,我们对提供各种各样支持的人士表示衷心感谢。特别感谢本书的编辑,她们从本书的翻译准备、组织编辑到最终出版做了大量细致的工作。特别感谢提供本书若干章节初译的中国人民大学硕士生,包括史诗、王涛、张志超、芦婷、胡如月、张文琦、回斯路、杨凯、尚华茜、周梅、陈曦等。虽然知道这种专业翻译从个人角度考虑得不偿失,但十多年来我们还是做了大量的经

济学和财务、金融方面的专业翻译，来自方方面面的支持应该是我们能够坚持至今的原因之一，因为这些支持既是实际的帮助，也是对我们的精神鼓励。

感谢对经济学以及财务和金融理论心怀善念的人们！祝愿千千万万对经济学及财务和金融感兴趣的读者和一代又一代的学生能够真正学到正确和有用的专业知识！

王春香 张志强

前言

一天下课时，我们课上的一位学生对当时使用的管理经济学教材发表了评论意见：“这本书很枯燥。需要加入一些故事情节！”在很大程度上，本书的写作理念就来自于这个评论。我们相信，这本书可以令读者对管理经济学感到兴奋，也可以让他们领略这个管理教育关键部分的风采。本书的每章都以一个引导案例开始，在其中，管理者处于一个饮料行业的虚拟公司，环球食品公司，正需要针对其产品做出一个重要决策。介绍了有关重要的经济学概念和分析工具后，每章都会在结尾部分提供有关问题的解决方案，即建议一种方式，应用该章的概念和工具帮助管理者做出最好的决策。

我们深知，在商学院的某些学生中，经济学课程有这样的声誉，即它“理论性太强，在现实中不够实用”。在我们看来，这再真实不过了。我们也知道，管理经济学的讲师在这方面也会同意我们的观点。我们希望，这本书可以作为他们课堂教学的得力支持，帮助他们向学生展示出经济理论在企业管理决策中的用途和重要性。

本书是针对本科高年级和 MBA 学生的管理经济学和应用经济学的课堂教学而设计的。前两章引导读者对经济学和经济推理有总体的理解。本书所运用的数学概念和数学工具在本书的辅助网站中做了介绍。除了讨论经济理论在公司中的应用，我们在正文中还介绍了各种各样对管理者有帮助的分析工具，虽然这些工具在传统经济学中往往不做介绍，但在多数管理经济学中已经形成介绍的惯例。这些内容包括运用回归分析、预测、资本预算和风险分析进行需求、生产和成本的估计。在我们的网站中，也有关于线性规划方法的讨论，以及货币时间价值的资料。

第 7 版的改进

正如前几版一样，这一版的变动都是基于我们的课堂教学、咨询经验和业内培训研讨。此外，我们也吸收了第 6 版读者若干有价值的建议。

在第 7 版中，我们欢迎合著者 Dickinson 学院的斯蒂芬·艾弗尔教授的加入。他为修改和改进本书的定量部分提供了不可多得的帮助。他也为本书增加了一个重要部分：运用 Excel 呈现本书的大部分数量分析和图示。

以下是这一版值得一提的增补、改进和提升：

- 我们开发了本书部分数量分析和图示的 Excel 应用 (Excel Apps)。这些应用读者也可以在我们的网站上看到。这种应用使读者可以将课本中静态的图和表转化为动态的演示，当然也会加强读者应用 Excel 的能力，我们相信，这在当今的就业市场上属于关键的技能。

- 我们开发出一系列的回归分析 Excel 应用，向读者提供了许多回归分析问题的详细讨论，如第 5 章所涉及的问题。

● 信息和通信技术的重要发展（比如，云计算、大众媒介、电子商务）使企业可以存储大量电子版数据。我们在第 5 章为读者介绍了这方面的进展。为此，我们请求 PayPal 公司的管理分析专家 Mukal Patki 提供帮助和指导。

● 在第 13 章，“政府与产业：今天的管理者面临的挑战与机遇”，我们增加了专利法和知识产权保护（IP）方面的讨论，如关于商标和著作权等。这些是政府影响自由市场中商业行为的重要方式。这一部分由 Riyon Harding 撰写，他是知识产权保护商业化方面的专家，供职于在全世界享有盛誉的 IBM 公司，该公司每年都获得美国政府批准的大量专利。

● 在改进若干重要且企业感兴趣的主题的讨论时，我们也得到若干外部专家的帮助。全球经济和金融教授 F. John Mathis 完成了第 13 章一个包含海量信息的部分，即 2008 年金融危机的原因和后果。

正如我们在前几版所做的一样，我们在合适的地方更新了有关例子。如果认为前几版的例子可以很好地辅助教学演示，我们也予以保留，不管这些例子究竟是什么年份发生的。

特 色

环球食品的案例

这个案例贯穿全书，通过一种日常的消费者产品，软饮料和其他非酒精饮品，帮助读者综合应用各章介绍的重要概念和原理。每章的引导案例及其解决方案都参照了饮料行业的公司实际面临的挑战。每个案例中所讲的故事都可以激发读者的兴趣，将各种书本上的分析概念和工具应用于现实生活中，具体以各种带有数字和图形的例子呈现出来。

环球应用

每章中环球应用的部分通过实例说明有关的概念和工具如何在其他国家也得到应用。在这一版中，无论在环球应用部分还是在各章正文中，我们都增加了有关的实例，许多实例来自于全世界经济高增长的国家，比如中国、印度、巴西和俄罗斯。

学习目标

每章都先列出学习目标，梳理出读者阅读该章应该掌握的概念。这些学习目标也梳理出未来经理人要走向成功所需要知道的工具。

致 谢

借此机会，我们希望感谢在 Thunderbird 环球管理学院和 Dickinson 学院的同事们，以及现在 IBM 和 Pace 大学的我们的前同事们，是他们一直在帮助我们、鼓励我们完成这一版和前几版的编写工作。我们也希望感谢帮助我们改进这一版的许多人。如前面所指出的，他们包括：Riyon Harding, Stephen C. Marston, Dr. F. John Mathis, Dr. Navin Punjabi,

Dr. Mukal Patki, Farshad Samad, and Lisa Vortsman。

我们也感谢 Jack Yurkiewicz 博士, 他是 Pace 大学的管理科学教授, 他编写了辅助网站上的线性规划的内容。感谢 Indiana Wesleyan 大学的 Gary Wilkinson 教授, 他制作了本书 PowerPoint 幻灯片展示部分。感谢得克萨斯大学的 James Holcomb 教授, 他编写了辅助网站上的测验项目部分。

我们也非常感激第 7 版的评审: Nelson Altamirano, National University; Cassandra DiRienzo, Elon University; Kenneth C. Fah, Ohio Dominican University; Rajeev Goel, Illinois State University; James Holcomb, University of Texas, El Paso; John S. Howe, University of Missouri, Columbia; M. Ebru Kongar, Dickinson College; Matthew Roelofs, Western Washington University; Jennifer VanGilder, Ursinus College; and Gary F. Wilkinson, Indiana Wesleyan University. We also wish to thank Benjamin Greene, Anne Marie Weichert, and Qiaoling Yuan of Dickinson College, all of whom provided us with comments from a student's perspective on the text, end-of-chapter problems, Excel Apps, and the Online Study Guide.

我们也继续感激前 6 版的评审: Michael J. Applegate, Oklahoma State University; Mina Balamoune, University of North Florida; Robert Britt, West Virginia University; Stacey Brook, University of Sioux Falls; Peter Brust, University of Tampa; Charles Callahan, III, State University of New York at Brockport; John Conant, Indiana State University; Richard Cox, University of Arkansas; Brad Ewing, Texas Technical University; Lewis Freiberg, Northeastern Illinois University; Edward H. Heinze, Valparaiso University; George Hoffer, Virginia Commonwealth University; Al Holtmann, University of Miami; Richard A. Jenner, San Francisco State University; Aric Krause, Westminster College; Douglas Lamdin, University of Maryland, Baltimore County; Dale Lehman, Fort Lewis College; Jerry Manahan, Midwestern State University; Cynthia McCarty, Jacksonville State University; Yale L. Meltzer, College of Staten Island; L. W. (Bill) Murray, University of San Francisco; Alex Orlov, Radford University; Jan Palmer, Ohio University-Athens; Leila J. Pratt, The University of Tennessee at Chattanooga; L. B. Pulley, University of Virginia; Mathew Roelofs, Western Washington University; Roy Savoian, Lynchburg College; Frederica Shockley, California State University-Chico; Ken Slaysman, York College of Pennsylvania; William Doyle Smith, University of Texas at El Paso; Robert Stuart, Rutgers University; James Tallant, Cape Fear Community College; Mo-Yin Tam, University of Illinois at Chicago; Yien-I Tu, University of Arkansas; Lawrence White, New York University; Richard Winkelman, Arizona State University; Daryl N. Winn, University of Colorado; Darin Wohlgemuth, Iowa State University; Richard Zuber, University of North Carolina at Charlotte; and Habib Zuberi, Central Michigan University.

最后, 我们还要向一贯提供帮助、鼓励和耐心的 Pearson 工作团队表达我们的感激: Donna Battista, Editor in Chief; Adrienne D'Ambrosio, Executive Acquisitions Editor; Nancy Freihofer, Production Project Manager; and Sarah Dumouchelle, Editorial Project Manager, and Tiffany Rupp, Project Editor, S4Carlisle Publishing Services.

中国人民大学出版社工商管理类翻译版教材

序号	书名	作者	定价	出版年份	ISBN 978-7-300-
----	----	----	----	------	--------------------

(一) 工商管理经典译丛

1	管理学 (第 11 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	69	2012	15795-5
2	罗宾斯《管理学 (第 11 版)》学习指导	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	35	2013	17932-2
3	管理学 (精要版第 9 版)	孔茨 (Harold Koontz) 韦里克 (Heinz Wehrich)	58	2014	18405-0
4	管理学 (第 3 版)	贝特曼 (Thomas S. Bateman)	58	2014	20098-9
5	商学精要 (第 8 版)	埃伯特 (Ronald J. Ebert)	55	2013	17581-2
6	管理经济学 (第 4 版修订版)	彼得森 (H. Craig Petersen)	69	2009	11367-8
7	管理经济学 (第 11 版)	赫斯切 (Mark Hirschey)	69	2008	09287-4
8	管理经济学——决策者的经济学工具 (第 7 版)	基特 (Paul G. Keat)	65	2015	20416-1
9	组织行为学 (第 14 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	72	2012	16663-6
10	组织行为学 (第 9 版)	格林伯格 (Jerald Greenberg)	75	2011	13603-5
11	战略管理: 概念与案例 (第 10 版)	希特 (Michael A. Hitt)	59	2012	16621-6
12	战略管理: 概念与案例 (第 13 版·全球版)	戴维 (Fred R. David)	68	2012	15855-6
13	战略过程: 概念、情境、案例 (第 4 版)	明茨伯格 (Henry Mintzberg)	69	2012	16331-4
14	人力资源管理 (第 12 版)	德斯勒 (Gary Dessler)	79	2012	15723-8
15	会计学 (第 8 版)	亨格瑞 (Charles T. Horngren)	79	2010	12543-5
16	公司理财: 核心原理与应用 (第 3 版)	罗斯 (Stephen A. Ross)	76	2013	18161-5
17	项目管理: 管理新视角 (第 7 版)	梅雷迪思 (Jack R. Meredith)	78	2011	12977-8
18	MBA 运营管理 (第 3 版)	梅雷迪思 (Jack R. Meredith)	49.8	2007	08650-7
19	运作管理 (第 10 版)	海泽 (Jay Heizer)	89	2012	14890-8
20	运作管理 (精要版第 3 版)	蔡斯 (Richard B. Chase)	59	2014	18408-1
21	供应链管理 (第 5 版)	乔普拉 (Sunil Chopra)	65	2013	16974-3
22	市场营销原理 (第 13 版)	科特勒 (Philip Kotler)	65	2010	11854-3
23	营销管理 (第 14 版·全球版)	科特勒 (Philip Kotler)	79	2012	15310-0
24	营销管理 (第 13 版·中国版)	科特勒 (Philip Kotler)	75	2009	10459-1
25	管理信息系统 (精要版·第 9 版)	劳东 (Kenneth C. Laudon)	59	2012	16254-6
26	质量管理与质量控制 (第 7 版)	埃文斯 (James R. Evans)	65	2010	12027-0
27	数据、模型与决策 (第 4 版)	埃文斯 (James R. Evans)	59	2011	13605-9
28	电子商务导论 (第 2 版)	特伯恩 (Efraim Turban)	59	2011	13747-6
29	电子商务——商务、技术与社会 (第 7 版)	劳东 (Kenneth C. Laudon)	72	2014	18478-4
30	商务与经济统计学 (精编版第 5 版)	威廉斯 (Thomas A. Williams)	69	2014	19503-2
31	商务统计学 (第 5 版)	莱文 (David M. Levine)	65	2010	12492-6
32	管理沟通——以案例分析为视角 (第 4 版)	奥罗克 (James S. O'Rourke)	49	2011	12920-4
33	商务谈判 (第 5 版)	汤普森 (Leigh L. Thompson)	55	2013	17837-0
34	管理思想史 (第 6 版)	雷恩 (Daniel A. Wren)	62	2012	14821-2
35	企业管理研究方法 (第 10 版)	库珀 (Donald Cooper)	79	2013	17645-1
36	商业伦理: 概念与案例 (第 7 版)	贝拉斯克斯 (Manuel G. Velasquez)	52	2013	17376-4
37	企业伦理学——伦理决策与案例 (第 8 版)	费雷尔 (O. C. Ferrell)	49	2012	16016-0
38	职业生涯发展与规划 (第 3 版)	里尔登 (Robert C. Reardon)	39	2010	11843-7
39	商业法律环境 (第 4 版)	库巴塞克 (Nancy K. Kubasek)	69	2007	08187-8
40	基础统计学 (第 4 版)	拉森 (Ron Larson)	52	2013	18479-1
41	商法 (第 7 版)	亚当斯 (Alix Adams)	59	2014	20311-9

(二) 工商管理经典译丛·市场营销系列

1	市场营销学 (第 9 版)	阿姆斯特朗 (Gary Armstrong)	65	2010	12524-4
2	市场营销学基础 (第 18 版)	佩罗 (William D. Perreault, Jr.)	65	2012	15644-6
3	营销管理 (第 5 版·全球版)	科特勒 (Philip Kotler)	39	2012	15367-4

4	营销管理 (亚洲版·第5版)	科特勒 (Philip Kotler)	75	2010	11369-2
5	营销管理: 知识与技能 (第10版)	彼得 (J. Paul Peter)	65	2012	15751-1
6	战略营销: 教程与案例 (第11版)	凯琳 (Roger A. Kerin)	65	2011	13868-8
7	战略品牌管理 (第3版)	凯勒 (Kevin Line Keller)	72	2009	10655-7
8	服务营销 (第6版)	洛夫洛克 (Christopher Lovelock)	68	2010	12155-0
9	消费者行为学 (第10版)	所罗门 (Michael R. Solomon)	68	2014	18249-0
10	消费者行为学 (第10版)	希夫曼 (Leon G. Schiffman)	65	2011	13608-0
11	消费者行为学案例与练习 (第2版)	格雷厄姆 (Judy Graham)	20	2011	14211-1
12	营销调研 (第6版)	伯恩斯 (Alvin C. Burns)	55	2011	13336-2
13	营销渠道 (第7版)	科兰 (Anne T. Coughlan)	59	2008	09525-7
14	营销渠道: 管理的视野 (第8版)	罗森布洛姆 (Bert Rosenbloom)	68	2014	18654-2
15	网络营销 (第5版)	斯特劳斯 (Judy Strauss)	55	2010	12425-4
16	网络营销实务: 工具与方法	米列茨基 (Jason I. Miletsky)	45	2011	12687-6
17	广告学: 原理与实务 (第9版)	维尔斯 (William Wells)	75	2013	17868-4
18	广告与促销: 整合营销传播视角 (第9版)	贝尔奇 (George E. Belch)	78	2014	19002-0
19	组织间营销管理 (第10版)	赫特 (Michael D. Hutt)	59	2011	13027-9
20	零售管理 (第11版)	伯曼 (Barry Berman)	79	2011	13093-4
21	专业化销售: 基于信任的方法 (第4版)	英格拉姆 (Thomas N. Ingram)	48	2009	11219-0
22	销售管理 (第9版)	科恩 (William L. Cron)	48	2010	11849-9
23	销售管理——塑造未来的销售领导者	坦纳 (John F. Tanner Jr.)	48	2010	11767-6
24	营销战略与竞争定位 (第5版)	胡利 (Graham Hooley)	65	2014	18597-2
25	基于Excel的营销调研 (第3版)	伯恩斯 (Alvin C. Burns)	58	2014	18621-4

(三) 工商管理经典译丛·会计与财务系列

1	会计学: 管理会计分册 (第23版)	里夫 (James M. Reeve)	36	2011	13552-6
2	会计学: 财务会计分册 (第23版)	里夫 (James M. Reeve)	65	2011	13783-4
3	会计学原理 (第19版)	怀尔德 (John J. Wild)	65	2012	14820-5
4	成本与管理会计 (第13版)	亨格瑞 (Charles T. Horngren)	79	2010	12594-7
5	中级会计学 (上、下册) (第12版)	基索 (Donald E. Kieso)	168	2008	09457-1
6	高级会计学 (第10版)	比姆斯 (Floyd A. Beams)	69.8	2011	14636-2
7	审计学: 一种整合方法 (第14版)	阿伦斯 (Alvin A. Arens)	72	2013	16828-9
8	公司理财	伯克 (Jonathan Berk)	89	2009	11220-6
9	中级财务管理 (第8版)	布里格姆 (Eugene F. Brigham)	69	2009	10427-0
10	财务报表分析 (第10版)	苏布拉马尼亚姆 (K. R. Subramanyam)	59	2009	10826-1
11	跨国公司财务管理基础 (第6版)	夏皮罗 (Alan C. Shapiro)	59	2010	11779-9

(四) 工商管理经典译丛·运营管理系列

1	运营管理: 创造供应链价值 (第6版)	拉塞尔 (Roberta S. Russell)	59	2010	11613-6
2	运营管理: 供需匹配的视角 (第2版)	卡桑 (Gerard Cachon)	55	2013	17106-7
3	供应链设计与管理 (第3版)	辛奇-利维 (David Simchi-Levi)	55	2010	11614-3
4	当代物流学 (第9版)	墨菲 (Paul R. Murphy)	49	2009	10975-6
5	物流管理与战略——通过供应链竞争 (第3版)	哈里森 (Alan Harrison)	39	2010	11612-9
6	项目管理: 流程、方法与经济学 (第2版)	施塔布 (Avraham Shub)	69	2007	08677-4
7	IT项目管理 (第3版)	马尔海夫卡 (Jack T. Marchewka)	49	2011	13481-9
8	质量管理: 整合供应链 (第4版)	福斯特 (S. Thomas Foster)	59	2013	17142-5
9	供应管理 (第8版)	伯特 (David Burt)	68	2012	15794-8

(五) 人力资源管理译丛

1	人力资源管理: 赢得竞争优势 (第7版)	诺伊 (Raymond A. Noe)	79	2013	17773-1
2	人力资源管理基础 (第2版)	德斯勒 (Gary Dessler)	65	2014	19505-6
3	薪酬管理 (第九版)	米尔科维奇 (George T. Milkovich)	68	2008	09561-5
4	战略薪酬管理 (第五版)	马尔托奇奥 (Joseph J. Martocchio)	49	2010	11213-8
5	绩效管理 (第3版)	阿吉斯 (Herman Aguinis)	45	2013	18106-6
6	雇员培训与开发 (第三版)	诺伊 (Raymond A. Noe)	45	2007	08186-1
7	国际人力资源管理 (第5版)	赵曙明 道林 (Peter J. Dowling)	45	2012	14734-5

8	组织行为学（第六版）	克赖特纳（Robert Kreitner）	78	2007	08573-9
9	组织中的人际沟通技巧（第3版）	杰纳兹（Suzanne C. De Janasz）	49	2011	13824-4
10	谈判与冲突管理	科尔韦特（Barbara A. Boudac Corvette）	39.8	2009	10388-4

（六）工商管理经典译丛·国际化管理系列/国际商务经典译丛

1	国际贸易（第15版）	普格尔（Thomas A. Pugel）	49	2014	19001-3
2	国际金融（第15版）	普格尔（Thomas A. Pugel）	42	2014	19329-8
3	全球商务	彭维刚（Mike Peng）	65	2011	12819-1
4	国际商务（第9版）	希尔（Charles W. L. Hill）	75	2013	10660-1
5	国际商务谈判	塞利奇（Claude Cellich）	42	2013	18404-3
6	全球营销学（第4版）	基根（Warren J. Keegan）	69	2009	10662-5
7	国际企业伦理（第2版）	克兰（John M. Kline）	39	2013	18089-2
8	跨文化商务沟通（第6版）	钱尼（Lillian H. Chaney）	42	2014	19139-3

（七）管理科学与工程经典译丛

1	数据、模型与决策（第10版）	泰勒（Bernard W. Taylor III）	78	2011	14005-6
2	管理科学（第2版）	劳伦斯（John A. Lawrence）	75	2009	10318-1
3	管理信息技术（第5版）	图尔班（Efrain Turban）	69	2009	10976-3
4	制造计划与控制（第5版）	沃尔曼（Thomas E. Vollmann）	69	2009	09952-1
5	创新管理——技术变革、市场变革和组织变革的整合（第4版）	蒂德（Joe Tidd）	59	2012	15657-6
6	工程经济学（第5版）	帕克（Chan S. Park）	75	2012	16014-6
7	管理信息系统（第15版）	奥布赖恩（James A. O'Brien）	65	2012	16779-4
8	管理信息系统案例（第4版）	米勒（M. Lisa Miller）	49	2013	18076-2
9	现代数据库管理（第10版）	霍弗（Jeffrey A. Hoffer）	68	2013	17076-3
10	知识管理：一种集成方法（第2版）	贾夏帕拉（Ashok Jashapara）	48	2013	17172-2
11	管理科学	史蒂文森（William J. Stevenson）	55	2013	17681-9
12	现代系统分析与设计（第6版）	霍弗（Jeffrey A. Hoffer）	69	2013	15844-0

（八）工商管理经典译丛·简明系列

3	创业学（亚洲版）	弗雷德里克（Howard H. Frederick）	55	2011	13506-9
2	战略管理	韦斯特三世（G. Page West III）	45	2011	13607-3
3	战略管理精要（第5版）	亨格（J. David Hunger）	45	2012	15161-8
4	管理学（第8版）	舍默霍恩（John R. Schermerhorn）	50	2011	14220-3
5	管理学原理（第6版）	罗宾斯（Stephen P. Robbins）	62	2009	09989-7
6	创业学（第2版）	卡普兰（Jack M. Kaplan）	48	2009	09957-6
7	商务沟通——数字世界的沟通技能（第12版）	伦茨（Kathryn Rentz）	49	2012	15331-5

（九）工商管理经典译丛·旅游管理系列

1	旅游学（第10版）	格德纳（Charles R. Goeldner）	65	2008	09156-3
2	旅游服务业市场营销（第4版）	莫里森（Alastair M. Morrison）	54	2012	16351-2
3	饭店经营管理（第2版）	海斯（David K. Hayes）	52	2013	17035-0
4	饭店业战略管理（第3版）	奥尔森（Michael D. Olsen）	45	2013	18013-7
5	饭店前厅管理（第5版）	巴尔迪（James A. Bardi）	49	2014	18628-3
6	休闲与旅游研究方法（第3版）	维尔（A. J. Veal）	48	2008	09019-1

（十）工商管理经典译丛·创业与创新管理系列

1	中小企业创业管理（第3版）	卡茨（Jerome A. Katz）	75	2012	14271-5
2	创业学（第9版）	库拉特科（Donald F. Kuratko）	52	2014	20022-4

（十一）其他教材

1	组织行为学经典文献（第8版）	奥克兰（Joyce S. Osland）	65	2010	12919-8
2	战略管理：解决战略矛盾，创造竞争优势	德威特（Bob de Wit）	39	2008	09299-7
3	案例学习指南：阅读、分析、讨论案例和撰写案例报告	埃利特（William Ellet）	39	2009	10202-3

Authorized translation from the English language edition, entitled Managerial Economics; Economic Tools for Today's Decision Makers, 7th Edition, 9780133020267 by Paul G. Keat, Philip K. Y. Young and Stephen E. Erfle, published by Pearson Education, Inc, Copyright © 2013, 2009, 2006 by Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD. , and CHINA RENMIN UNIVERSITY PRESS Copyright © 2014.

本书中文简体字版由培生教育出版公司授权中国人民大学出版社合作出版，未经出版者书面许可，不得以任何形式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 Pearson Education（培生教育出版集团）激光防伪标签。无标签者不得销售。

为了确保您及时有效地申请培生整体教学资源,请您务必完整填写如下表格,加盖学院公章后传真给我们,我们将会 在 2~3 个工作日内为您处理。

需要申请的资源(请在您需要的项目后划“√”):

- ☐ 教师手册、PPT、题库、试卷生成器等常规教辅资源
- ☐ MyLab 学科在线教学作业系统
- ☐ CourseConnect 整体教学方案解决平台

请填写所需教辅的开课信息:

采用教材			☐ 中文版 ☐ 英文版 ☐ 双语版
作 者		出版社	
版 次		ISBN	
课程时间	始于 年 月 日	学生人数	
	止于 年 月 日	学生年级	☐ 专科 ☐ 本科 1/2 年级 ☐ 研究生 ☐ 本科 3/4 年级

请填写您的个人信息:

学 校			
院系/专业			
姓 名		职 称	☐ 助教 ☐ 讲师 ☐ 副教授 ☐ 教授
通信地址/邮编			
手 机		电 话	
传 真			
official email (必填) (eg: xxx@ruc.edu.cn)		email (eg: xxx@163.com)	
是否愿意接受我们定期的新书讯息通知: ☐ 是 ☐ 否			

系/院主任: _____ (签字)

(系/院办公室章)

_____ 年 _____ 月 _____ 日

100013 北京市东城区北三环东路 36 号环球贸易中心 D 座 1208 室

电话: (8610) 57355169

传真: (8610) 58257961

Please send this form to: Service.CN@pearson.com

Website: www.pearson.com