



Przedmiot: EKONOMIA MENEDŻERSKA				
Forma zajęć: wykład	Semestr: 1	Rok: 1	Wymiar godzin: 15	Punkty ECTS: 8
Forma zaliczenia: egzamin	Typ przedmiotu: obowiązkowy		Język nauczania: polski	
Kierunek: Ekonomia		Tryb: niestacjonarne		Rodzaj: magisterskie
Specjalność: wszystkie na kierunku				
Katedra: Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej				
Stopień naukowy wykładowcy:		Imię i nazwisko wykładowcy: pracownik Katedry		

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

mikroekonomia

Program przedmiotu:

Wybory ekonomiczne i ich podmioty. Właściwości sytuacji, w których dokonywane są wybory ekonomiczne: rzadkość zasobów, ograniczenie finansowe, ograniczenie popytowe, ograniczenie instytucjonalne. Cele wyborów ekonomicznych. Wybory i decyzje menedżerskie. Rachunek optymalizacyjny. Przedsiębiorstwo w środowisku rynkowym. Mechanizm wymiany i konkurencji. Popyt i jego czynniki. Elastyczność popytu: cenowa, mieszana i dochodowa. Czynniki elastyczności. Przychody przedsiębiorstwa a elastyczność popytu. Preferencje i suwerenność konsumentów a popyt. Elastyczność podaży. Analiza kosztów przedsiębiorstwa. Koszt ekonomiczny w krótkim i długim okresie. Koszty stałe i zmienne. Koszt zatopiony. Koszt transakcyjny. Koszt marginalny. Korzyści skali, korzyści zakresu. Korzyści skali a efekt uczenia się. Efekty sieciowe. Analiza kosztów i optymalne decyzje o ilości produkcji (jeden produkt, wiele produktów). Podejmowanie decyzji w warunkach niepewności. Niepewność a ryzyko. Czynniki niepewności. Prawdopodobieństwo i wartość oczekiwana. Stosunek do ryzyka: oczekiwana użyteczność. Decyzje oparte na kryterium wartości oczekiwanej i użyteczności oczekiwanej. Informacje a ocena ryzyka. Asymetria informacji. Negatywna selekcja i pokusa nadużyć (moral hazard) Formy konkurencji rynkowej. Konkurencja w różnych formach rynku. Konkurencja doskonała. Monopol. Konkurencja doskonała a monopol. Kartele. Monopole naturalne. Konkurencja niedoskonała: monopolistyczna i oligopolistyczna. Metody konkurencji – konkurencja jako gra. Konkurencja kosztowa. Konkurencja ilościowa. Konkurencja cenowa. Różnicowanie produktu. Inne metody: reklama, sprzedaż wiązana, sprzedaż „darmowa”, bariery wejścia. Konkurencja jako proces. Innowacyjny przedsiębiorca. Odkrywanie informacji. Konkurencja jako proces strategiczny. Decyzje menedżerskie w otoczeniu instytucjonalnym.

Metody dydaktyczne:

Wykład kursowy przekazujący wiedzę z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (rzutnik pisma)

Cele przedmiotu:

Poznanie pojęć i twierdzeń mikroekonomii, za pomocą których mikroekonomia dokonuje opisu zjawisk i procesów rynkowych. Zrozumienie funkcji przedsiębiorstwa w środowisku rynkowym oraz otoczeniu instytucji. Poznanie właściwości wyborów ekonomicznych oraz decyzji menedżerskich. Nabycie umiejętności wykorzystywania wiedzy o wyborach ekonomicznych i mechanizmie rynkowym do podejmowania decyzji menedżerskich.

Warunki zaliczenia:

egzamin pisemny (test i zadania) sprawdzający wiedzę i umiejętności studenta, zaliczony z pozytywnym wynikiem (minimum 50% wiedzy i umiejętności). Obecność na wykładach

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

Bożena Klimczak, Mikroekonomia, Wyd. AE, Wrocław 2006 lub 2008
Bożena Borkowska, Bożena Klimczak, Mikroekonomia-ćwiczenia, wyd. AE, Wrocław 2006 lub 2008

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus, Economics, McGrawHill, New York 2005
W.F. Samuelson, S.G. Marks, Managerial Economics, The Dryden Press, New York 1995/wyd.polskie 1998