

Курс:

БИЗНЕС - ЭКОНОМИКА



- Преподаватель:
НИКОЛАЕВА
Лидия
Александровна,
заведующая кафедрой
экономической
теории, кандидат
экономических наук,
доцент

Основная литература:

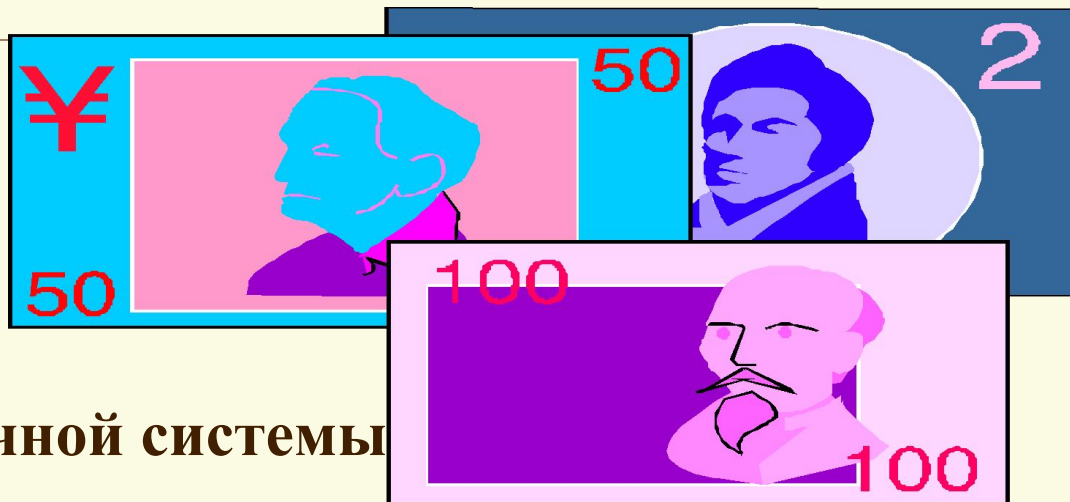


- *На русском языке:*
- Майкл Р. Байе
Управленческая экономика
и стратегия бизнеса. - М.,
2001 г. - 743 с.
- *На английском языке:*
- Baye M. Managerial
Economics and Business
Strategy. - 4th ed., 2002.

Краткое описание курса

- Анализируются базовые и прикладные аспекты экономики и стратегии бизнеса. Круг обсуждаемых вопросов позволит изучить сущность экономических процессов, системно понять основные факторы, определяющие состояние и развитие современного бизнеса. Изученный материал будет способствовать анализу и грамотному реагированию предпринимателей на проблемы, связанные с принятием эффективных управленческих решений.

Основная цель курса:



Познать:

- механизм рыночной системы

Изучить:

- факторы, влияющие на изменение конъюнктуры бизнеса;

Проанализировать:

- общетеоретические и прикладные вопросы экономики и стратегии бизнеса с точки зрения менеджеров различных структур хозяйствования

Требования к слушателям

- Слушатели должны подготовиться к прослушиванию лекционного материала, предварительно прочитать рекомендованную преподавателем литературу
- Каждый слушатель должен иметь раздаточный материал, учебник, включая лекции, которые он пропустил
- Во время экзаменов и тестирования нельзя пользоваться учебниками, конспектами и другими материалами
- Не разрешается пропускать промежуточный и финальный экзамены без письменного разрешения директора программы и согласия преподавателя

Требования к выполнению домашних заданий

- Домашние задания должны быть выполнены с указанием фамилии, имени, номера вопроса и названия задания. Работы должны быть сданы в срок, указанный преподавателем. Отклонения в сроках не допустимо. Выполнение заданий оценивается в баллах. Неполные работы оцениваются меньшим количеством баллов. Работы, не сданные в срок, получают ноль баллов

Критерии оценки

Критерии оценки

Максимальное количество баллов: **100**

Из них:

- Промежуточный экзамен 30
- Финальный экзамен 40
- Активность на занятиях 15
- Домашние задания 15

Для получения положительной оценки требуется набрать не менее 60 баллов.

Оценки будут ставиться в зависимости от суммы баллов по результатам текущей работы, промежуточного и финального экзамена

Темы аудиторных занятий

BUSINESS ECONOMICS



Дата	Что следует прочитать	Тема занятия	Домашнее задание
1	Главы 1 и 2	Основы управленческой экономики. Рыночные силы: спрос и предложение	Задача 1.1 ; 2.1.
2	Глава 3	Количественный анализ спроса. Эластичность	Кейс 3.1; 3,2. Задача 3.1
3	Глава 4	Теория потребительского поведения. Индивидуальный спрос.	Кейс 4.1. Задача 4.1.
4	Глава 5	Производственный процесс и издержки. Производственная функция.	Кейс 5.1. Задача 5.1.
5		Промежуточный экзамен	
6	Глава 6	Оптимизация деятельности компании	Кейс 6.1. Задача 6.1.
7	Глава 7	Экономическая сущность отрасли. монополия	Задача 7.1. Кейс 7.1.
8	Глава 8 и 9	Монополистическая конкуренция. Олигополия	Задача 8.1; 9.1. Кейс 8.1; 9.3
9	Глава 11	Ценовые стратегии для компаний с рыночной экономикой	Кейс 11.1 Задача 11.1.
10	Глава 12	Экономика информации	Задача 12.1 Кейс 12.1
11		Финальный экзамен	

Лекция 1. Основы управленческой экономики.

Рыночные силы: спрос и предложение

Экономика эффективного менеджмента

Понимание целей и выявление ограничений

Понимание сущности прибыли и ее значения

Понимание мотивации

Понимание законов рынка

Изучение экономики для менеджера

Спрос

Функции спроса. Потребительский выигрыш

Предложение

Функция предложения. Выигрыш производителя

Рыночное равновесие

Ценовые ограничения. Ценовые потолки.

Минимальный ценовой уровень или ценовой потолок

Лекция 2. Количественный анализ спроса. Эластичность

Эластичность спроса

Перекрестная эластичность

Доходная эластичность

Другие виды эластичности

Получение показателя эластичности из функции спроса

Эластичности линейных и нелинейных функций спроса

Регрессивный анализ

статистическая достоверность ожидаемых значений

коэффициента

Лекция 3. Теория потребительского поведения. Индивидуальный спрос

Полезность и предпочтения потребителя

Количественный и порядковые подходы.
Потребительское поведение.

Ограничения

Бюджетное ограничение. Изменения дохода и цен.
Потребительское равновесие.

Кривые безразличия и их применения

Эффекты замещения и дохода. Потребительский выбор.
Зависимость между кривыми безразличия и кривыми спроса.
Индивидуальный спрос.
Рыночный спрос.

Лекция 4. Производственный процесс и издержки

Издержки: сущность, структура, виды

Затраты предпринимателя в краткосрочном периоде

Затраты предпринимателя в долгосрочном периоде

Производственная функция

Предельная продуктивность. Изокванты. Изокосты.

Роль менеджера в организации производственного процесса.

Стоимостная функция

Постоянные и невозвратные издержки

Эффект масштаба производства

Эффект размеров

Стоимостное взаимодополнение

Лекция 5. Оптимизация деятельности компании

Методы приобретения ресурсов

Приобретение ресурсов на наличном рынке

Приобретение ресурсов контрактным методом

Производство ресурсов в самой компании

Операционные издержки

Инвестиции. Физические и целевые активы.

Человеческий капитал.

Оптимальный способ приобретения ресурсов

Сделки. Контракты. Экономические компромиссы.

Мотивационные контракты. Внешние мотивации.

Лекция 6. Экономическая сущность отрасли

Структура рынка

Размер компании.

Концентрация отрасли.

Технология.

Условия спроса и рыночные условия.

Возможности проникновения на рынок новых участников

Поведение

Ценовое поведение.

Динамика интеграционных процессов

Типы рыночных структур

Совершенная конкуренция, монополия

Монополистическая конкуренция, олигополия

Лекция 7. Управление компанией, действующей на конкурентном, монопольном и монополистически конкурентном рынке

Совершенная конкуренция

Рыночный спрос и спрос на продукцию отдельных компаний.

Максимизация прибыли

Минимизация убытков

Монополия

Монопольная мощь

Барьеры на рынке

Монополистическая конкуренция

Основные модели олигополии

Условия для формирования монополий

Сравнение моделей олигополий между собой

Факторы, влияющие на сговор в играх с ценообразованием

Лекция 8.

Ценовые стратегии для компаний с рыночной мощностью

Основные стратегии ценообразования

Стратегии, обеспечивающие получение повышенной прибыли

Извлечение излишков от потребителей

Ценовые стратегии для специальных структур издержек и спроса

Ценовые стратегии на рынках с интенсивной ценовой конкуренцией

Лекция 9. Экономика информации

Неопределенность и потребительское поведение

Потребительский поиск

Неопределенность и деятельность компании

Отрицательное отношение к риску

Поиски производителя

Максимизация прибыли

Аукционы

Информационные структуры

Ожидаемый результат от изучения курса:



Знание экономики для менеджера позволит Вам не только понять сущность процессов, описываемых в указанных публикациях, но и грамотно на них отреагировать, приняв эффективные управленческие решения.

ЭКОНОМИКА - это наука принятия решений в условиях ограниченности используемых ресурсов



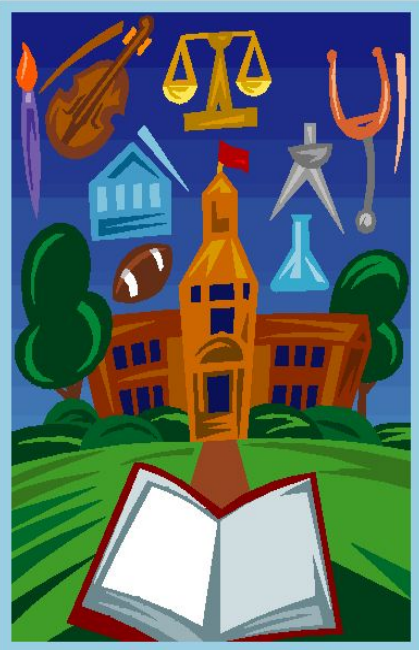
Ресурсы - все, что используется для производства товаров и ли услуг или, в более общем смысле, для достижения поставленной цели. При ограниченности ресурсов выбор правильного решения становится очень важным, так как принятие одного из возможных решений приводит к отказу от всех остальных вариантов действий

Если бы ресурсы не были ограниченными, Вам нечего было бы просить у этого чудесного помощника - у Вас уже все было бы.

Чтобы лучше понять сущность ограниченности ресурсов, представим, что к Вам является волшебник, который готов выполнить три любых Ваших желания. Если бы ресурсы не были ограниченными, Вам нечего было бы просить у этого чудесного помощника - у Вас уже все было бы. В реальной жизни все обстоит по-другому. Так, сразу же после того как Вы начнете изучать этот курс, Вы поймете, что одним из самых ограниченных ресурсов, которым Вы располагаете, является время.



УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА



Управленческая экономика полезна не только руководителям компаний, входящих в список 500 самых крупных организаций в бизнесе, регулярно составляемый журналом Fortune, но и другим менеджерам, в том числе и тем, которые работают в бесприбыльных структурах. Например, знание этой учебной дисциплины окажется полезным для менеджера благотворительной организации, которому оно поможет найти рациональные способы распределения продуктов питания среди нуждающейся части населения.

ЭКОНОМИКА ДЛЯ МЕНЕДЖЕРА

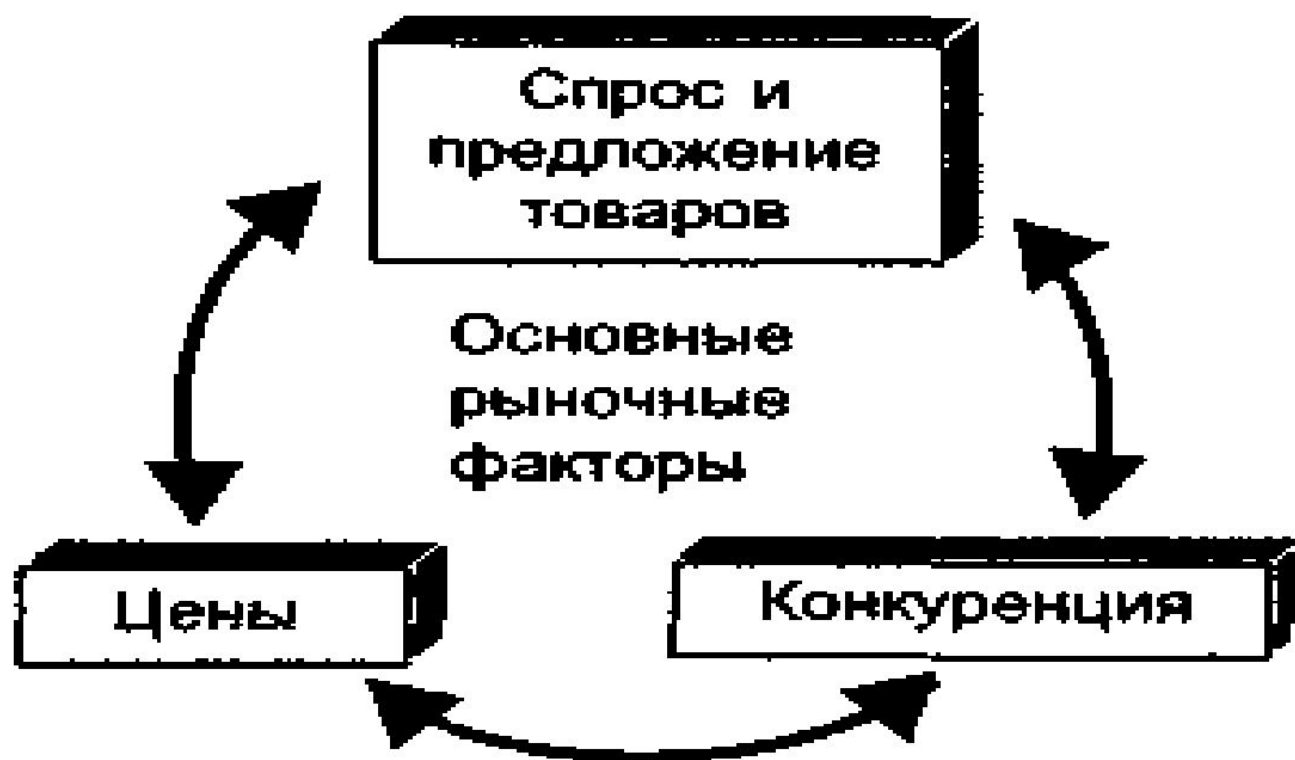


Экономика для менеджера - это учебный курс, в котором изучаются способы, при помощи которых менеджер руководит использованием ограниченных ресурсов таким образом, чтобы достичь поставленной цели наиболее эффективным способом. Это очень широкая дисциплина, в которой описываются методы, полезные для самых различных аспектов жизни: от организации жизни в семье для обеспечения ее максимально возможного благосостояния до эффективного распределения ресурсов компании, позволяющего добиться максимально высокой прибыли.

ЭКОНОМИКА ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

- Основные принципы, лежащие в основе эффективного менеджмента или что должен знать эффективный менеджер:
- 1) задавать цели и выявлять ограничения
- 2) понимать сущность прибыли и ее значение
- 3) хорошо разбираться в мотивациях
- 4) знать рынки
- 5) хорошо разбираться во временной стоимости денег
- 6) уметь проводить анализ по предельным показателям, т.е. владеть маржинальным анализом

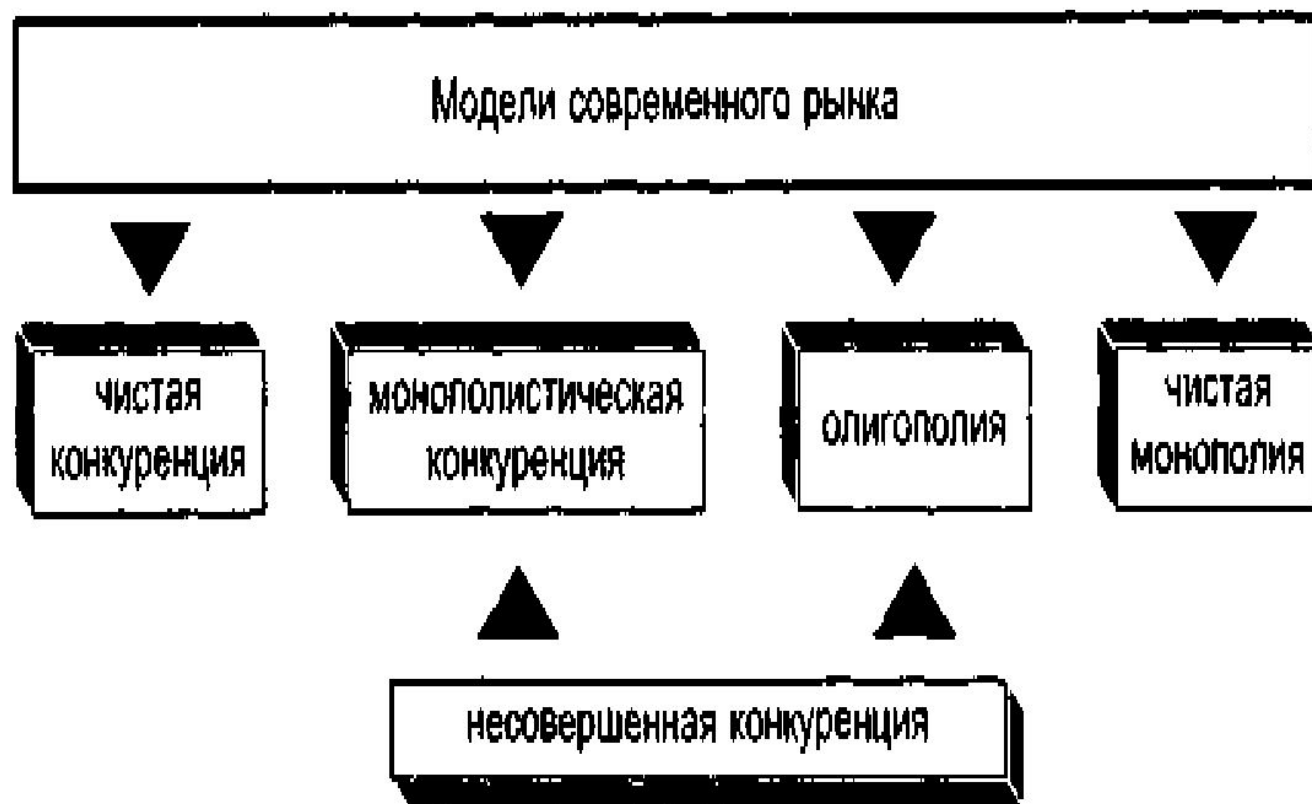
ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РЫНОЧНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



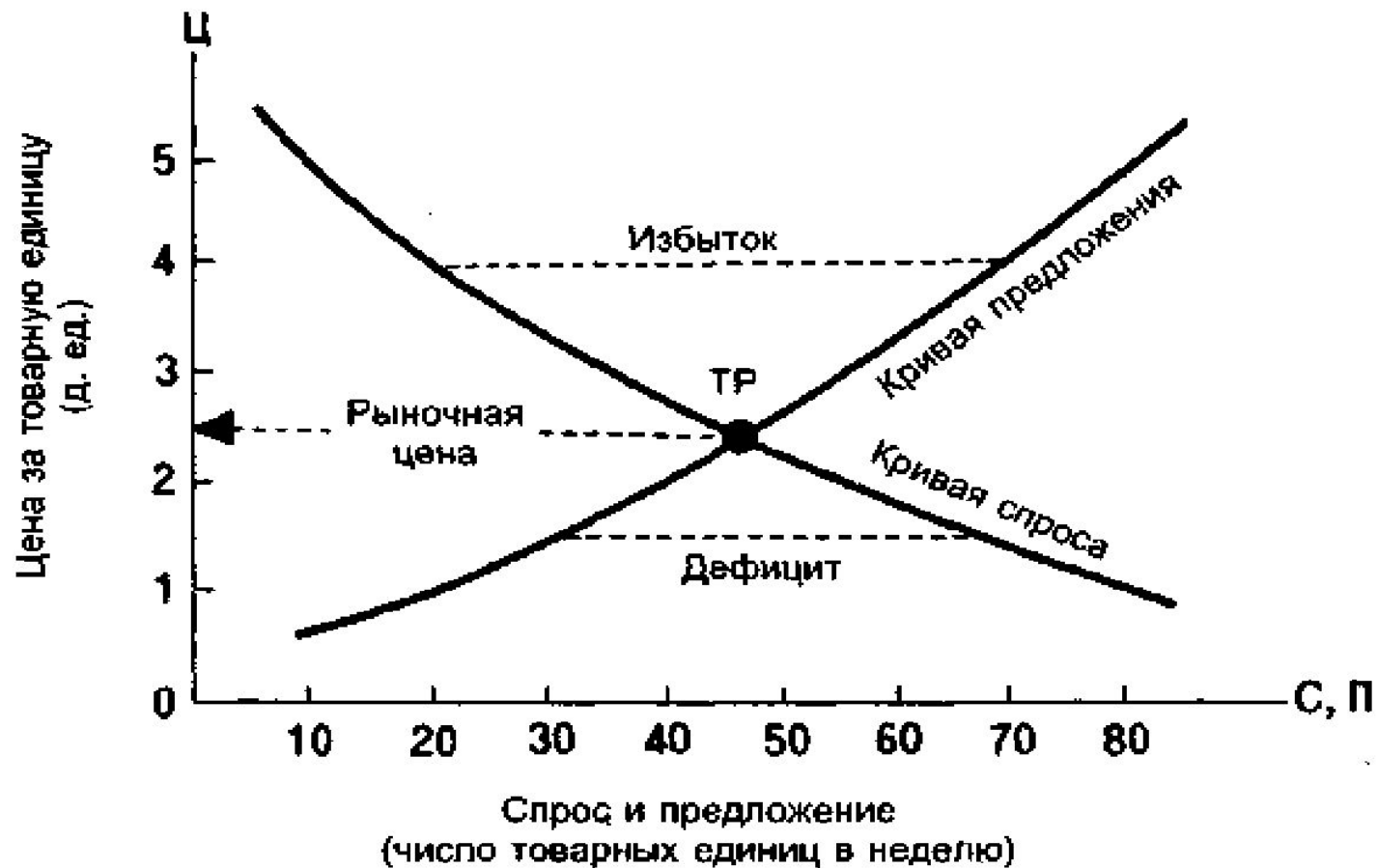
ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНКУРЕНЦИИ



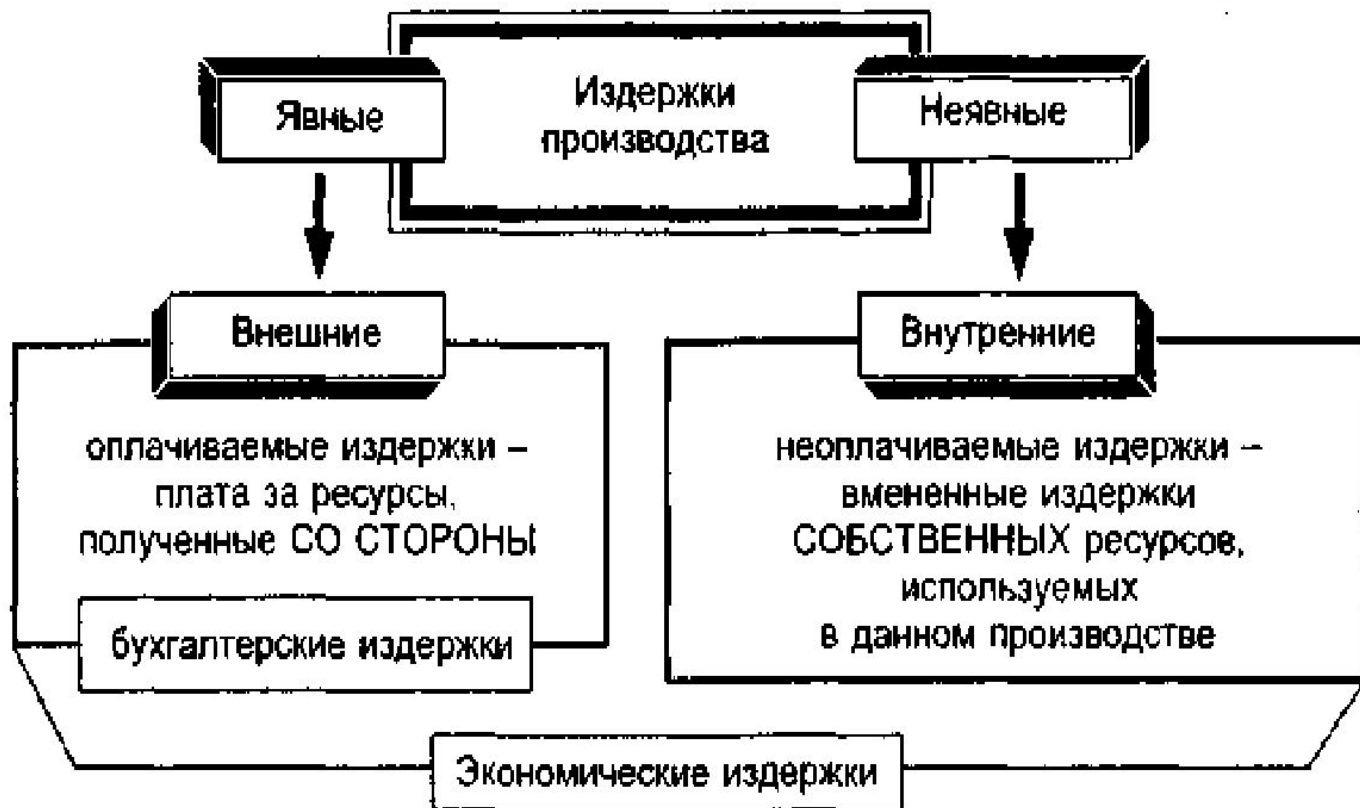
МОДЕЛИ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА



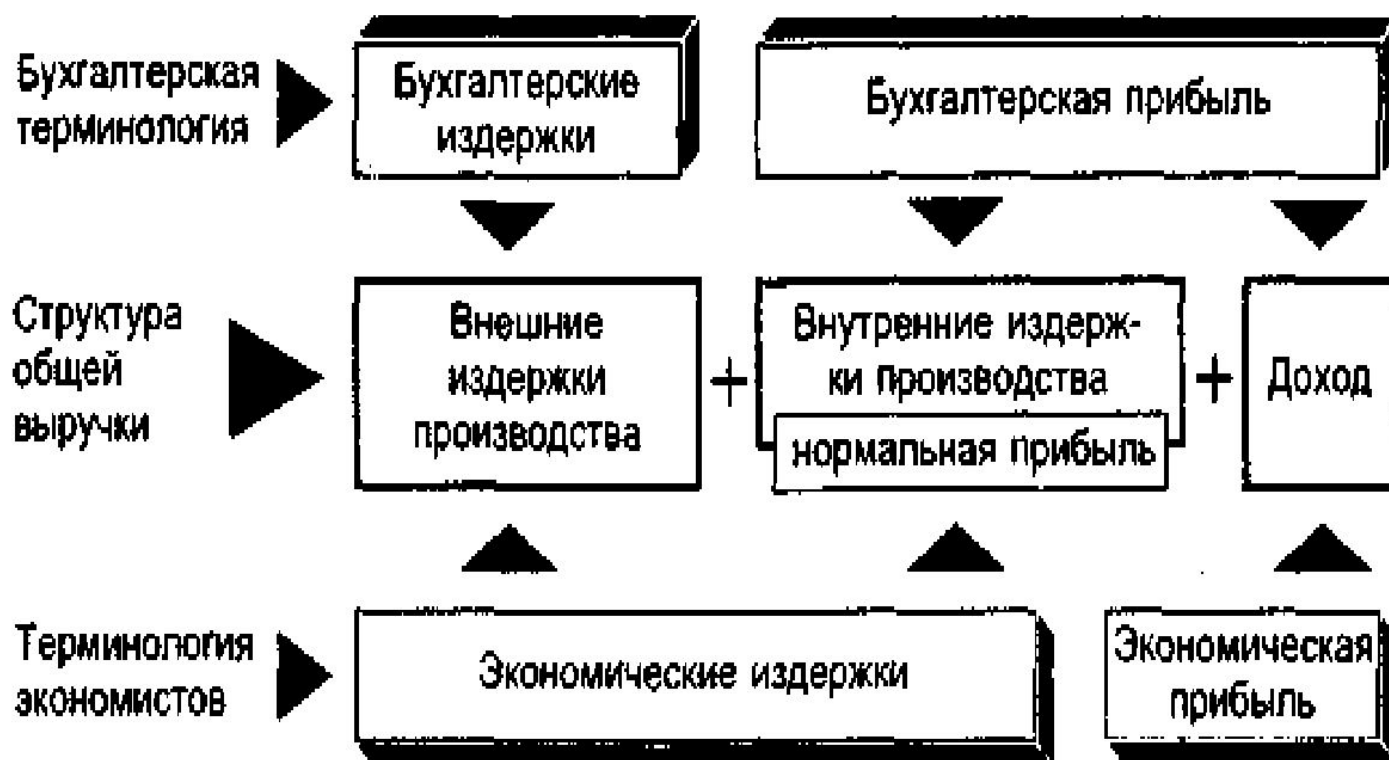
СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ



ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА



ПРИБЫЛЬ В СТРУКТУРЕ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ ПРЕДПРИЯТИЯ



ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ...

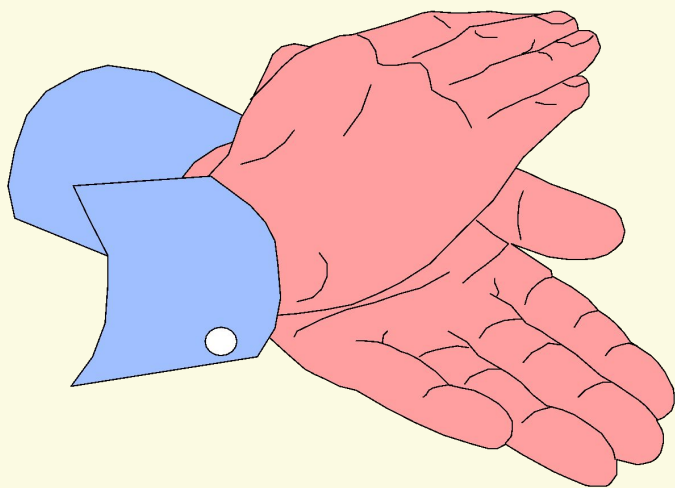


... ДОБЬЕМСЯ УСПЕХА!!!

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

С УВАЖЕНИЕМ,

**НИКОЛАЕВА Лидия
Александровна**



A handwritten signature in purple ink, which appears to read 'Лидия' (Lydia), followed by a large, flowing flourish.