

Аннотация программы учебной дисциплины «Экономика для менеджеров»

1. ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются:

- формирование понимания основных микро- и макроэкономических терминов и понятий и корректное использование их;
- формирование базовых знаний основных экономических законов и взаимосвязей, определяющих функционирование как экономической системы в целом, так и ее отдельных элементов;
- формирование навыков использования экономических законов и взаимосвязей для анализа конкретных экономических ситуаций.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

Знать:

- современные подходы к изучению экономики и ее структурных элементов;
- экономические теории, используемые для рассмотрения поведения экономических агентов и рынков;
- иметь представление о функционировании экономической системы в целом.

Уметь:

- использовать теоретические знания для объяснения явлений и процессов, происходящих в экономике на микро- и макроуровне, и применять их в своей профессиональной деятельности;
- анализировать экономическую информацию и разрабатывать рекомендации для успешного функционирования фирмы.

Иметь навыки:

- анализа фактических данных для принятия оптимальных экономических решений.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в экономическую теорию.

Базовые экономические понятия: потребности, блага, ресурсы. Безграничность потребностей и ограниченность ресурсов. Экономический выбор. Альтернативные издержки как издержки упущенных возможностей. Микро- и макроэкономический уровни принятия решений. Абсолютные и относительные преимущества в производстве.

Тема 2. Поведение потребителей: спрос.

Понятие спроса. Факторы спроса и его виды. Закон спроса. Цена спроса и «выигрыш» (излишек) потребителя.

Коэффициент ценовой эластичности спроса. Эластичный и неэластичный спрос. Связь эластичности и выручки продавца. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.

Тема 3. Теория производства. Поведение фирмы, максимизирующей прибыль.

Производственная функция. Понятие технологической и экономической эффективности. Краткосрочный и долгосрочный период в деятельности фирмы.

Производство с одним переменным фактором. Общий, средний и предельный продукт переменного фактора. Закон убывающей отдачи от переменного фактора. Факторы, влияющие на производительность труда.

Экономические издержки производства. Явные (бухгалтерские) и неявные (альтернативные) издержки. Затраты в краткосрочном периоде. Постоянные и переменные затраты. Затраты на производство одной единицы продукта: средние постоянные, средние переменные, средние

общие. Предельные затраты. Связь между продуктами и издержками.
Эффект масштаба производства. Причины экономии от масштаба.
Бухгалтерский и экономический подход к прибыли фирмы. Понятие нормальной прибыли.
Предельный доход от продажи. Условие максимизации прибыли.
Поведение фирмы на рынке ресурсов. Предельная доходность ресурса и предельные затраты на ресурс. Условие максимизации прибыли на рынке ресурсов.

Тема 4. Конкурентные и неконкурентные рынки и особенности их функционирования.

Совершенно конкурентный рынок. Условие максимизации прибыли совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Убытки в краткосрочном периоде: нужно ли продолжать производство? Предложение товара и факторы, влияющие на него.
Равновесие спроса и предложения. Ценовой механизм установления равновесия.
Государственное регулирование рынка: налоги, квоты, тарифы.
Понятие рыночной власти. Монопольная власть и ее источники. Максимизация прибыли фирмы с монопольной властью. Зависимость степени монопольной власти от ценовой эластичности спроса (индекс Лернера).
Виды рынков с монопольной властью. Чистая монополия и ее особенности. Причины возникновения естественных монополий. Олигополия: взаимозависимость фирм и стратегическое поведение. Монополистическая конкуренция на рынке.
Ценовая дискриминация на рынках с монопольной властью. Условия осуществления ценовой дискриминации. Дискриминация первой степени: зачем торговаться на восточном базаре. Дискриминация второй и третьей степени: самоопределение покупателей или сегментация со стороны фирм. Гибкая система цен: скидки. Тариф из двух частей.

Тема 5. Макроэкономическая среда бизнеса.

ВВП как основной макроэкономический показатель совокупного производства.
Номинальные и реальные показатели в макроэкономике. Индексы цен. Уровень инфляции и покупательная способность денег. Номинальная и реальная ставка процента. Эффект Фишера.
Реальный сектор экономики: совокупный спрос и совокупное предложение. Циклы деловой активности. Понятие экономического роста.
Денежная база и денежная масса. Механизм депозитного расширения.
Номинальный и реальный валютный курс. Режимы фиксированного и гибкого курса.
Девальвация национальной валюты.