

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Мікроекономіка
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Лукомська Оксана Іванівна
CV викладача на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/121-personalii/1246-lukomska-oksana-ivanivna
E-mail викладача:	oksana.lukomska@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні знань щодо загальних принципів та інструментів оптимізації рішень господарюючих суб'єктів за наявних обмежених ресурсів та альтернативних можливостей їх використання, які є системотворчими для економічного світогляду фахівця з економіки.

Завдання навчальної дисципліни :

- вивчення основних понять, категорій та засобів мікроекономічного аналізу принципів раціональної поведінки і оптимізації господарських рішень мікросистем у різних ринкових структурах;
- набуття практичних навичок застосування базових принципів та інструментів мікроекономічного аналізу до моделювання поведінки основних мікроекономічних суб'єктів;
- вивчення основних економічних підходів для аналізу ефективності функціонування мікроекономічних систем;
- розв'язання конкретних ринкових ситуацій (кейсів), виконання техніко-економічних розрахунків, пов'язаних з обґрунтуванням оптимальних рішень мікроекономічних систем;
- підготовка до вивчення прикладних дисциплін, що базуються на мікроекономічній теорії.

Предметом дисципліни є методи і способи дослідження закономірностей функціонування окремих економічних суб'єктів (мікросистем: споживачів, фірм, галузей, державних інститутів та ін.) у процесі використання обмежених ресурсів для задоволення безмежних потреб шляхом виробництва, купівлі-продажу і споживання економічних благ.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль № 1

1. Предмет і метод мікроекономіки.
2. Попит, пропонування, ціна та ринкова рівновага.
3. Еластичність і пристосування ринку.
4. Теорія поведінки споживача: мета обмеження та споживчий вибір.
5. Зміна рівноваги споживача. Індивідуальний та ринковий попит.

Змістовний модуль № 2

6. Фірма як мікроекономічний суб'єкт. Мета виробництва.
7. Обмеження виробника: продуктивність ресурсів і витрати виробництва у короткостроковому періоді
8. Вибір фірмою оптимального обсягу випуску та конкурентне пропонування у короткостроковому та довгостроковому періодах.
9. Максимізація прибутку і цінова стратегія монополії.
10. Моделі олігополії та монополістичної конкуренції.