

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:		EOM101
Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Ekonomia menedżerska		ECTS ²⁾	4
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	Managerial economics			
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Ekonomia			
Koordinator przedmiotu ⁵⁾ :	Dr hab. Alina Daniłowska - prof. nadz. SGGW			
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	Pracownicy Katedry Ekonomii i Polityki Gospodarczej			
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Katedra Ekonomia i Polityki Gospodarczej			
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych			
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok	d) forma studiów
	PO	2	1	stacjonarne / niestacjonarne
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr		b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾	
	1		polski	
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	<p>Celem przedmiotu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> -wyposażenie studentów w wiedzę i narzędzia wspomagające podejmowanie decyzji gospodarczych w procesie kierowania różnego rodzaju przedsiębiorstwami gospodarczymi, głównie przedsiębiorstwami -zidentyfikowanie funkcji i zrozumienie przez studentów roli i odpowiedzialności menadżera przedsiębiorstwa 			
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)	
	a1) wykład		15	18
	a2) ćwiczenia audytoryjne		15	9
	a3) ćwiczenia laboratoryjne			
a4) seminaria				
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja	T	eksperyment	
	projekt badawczy		studium przypadku	T
	rozwiązywanie problemu	T	gry symulacyjne	
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych		indywidualne projekty studenckie	T
	konsultacje	T	inne ...	
	inne...		inne ...	
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	<p>A. wykłady</p> <p>Wprowadzenie do przedmiotu: definicja ekonomii menedżerskiej, zakres jej zainteresowań, problemy badawcze, ekonomia menedżerska a inne nauki ekonomiczne, metoda ekonomii menedżerskiej. Koncepcje teoretyczne rynku: rodzaje struktur rynku i ich determinanty, charakterystyka podstawowych struktur rynku. Decyzje produkcyjne przedsiębiorstw działających na różnego rodzaju rynkach. Praktyki cenowe: przewaga konkurencyjne i jej natura, kreacja wartości, dyskryminacja cenowa (definicja, warunki i rodzaje), strategia cenowa produktów, praktyki cenowe a marketing mix. Koncentracja przedsiębiorstw i jej mierzenie. Znaczenie konkurencji rynkowej, metody jej ochrony i polityka konkurencji w warunkach globalizacji. Niedoskonałości rynku (market failures). Przedsiębiorstwo w teorii ekonomicznej: cele przedsiębiorstw oraz zasady podejmowania decyzji w świetle różnych teorii (teoria kosztów transakcyjnych, teoria praw własności, teorie behawioralne, teoria agencji). Decyzje przedsiębiorstw w warunkach niepewności (asymetria informacyjna, niedoskonała informacja, niekompletna informacja). Otoczenie prawno-administracyjne przedsiębiorstw (podstawowe instytucje otoczenia przedsiębiorstw, polityka gospodarcza).</p> <p>B. ćwiczenia</p> <p>Metody i narzędzia analizy stosowane przez ekonomię menedżerską. Identyfikacja rodzaju rynków wybranych produktów w Polsce. Mierzenie poziomu monopolizacji. Szacowanie popytu - metody badań popytu, problemy, sposoby prezentacji wyników. Nakłady czynników produkcji a wielkość produkcji w krótkim i długim okresie. Rodzaje kosztów i ich zachowanie w długim i krótkim okresie. Szacowanie kosztów w krótkim i długim okresie. Równowaga w warunkach doskonałej konkurencji, monopolu, konkurencji monopolistycznej, oligopolu). Strategie cenowe na różnego rodzaju rynkach. Identyfikacja niedoskonałości rynku (market failures). Typy ryzyka w działalności inwestycyjnej i jego pomiar. Analiza wybranych aspektów inwestycji w przedsiębiorstwie</p>			
	Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	podstawy mikroekonomii i polityki gospodarczej oraz marketingu		
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :	podstawy wiedzy o funkcjonowaniu przedsiębiorstwa			

	01 - student potrafi określić podstawowe cele i metody działania przedsiębiorstw oraz zna podstawowe formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw i ich specyfikę.		05 - student ma świadomość zmieniającego się otoczenia przedsiębiorstwa i branż i konieczności dostosowania się do nowych uwarunkowań i wyzwań	
	02 - student zna różnorodne narzędzia analizy ekonomicznej i dostrzega ich przydatność w podejmowaniu decyzji menedżerskich			
	03 - student potrafi dokonać analizy zachowań przedsiębiorstw na różnego rodzaju rynkach			
	04- student umie określić kierunki wpływu zmian w otoczeniu instytucjonalno-prawnym na zachowanie przedsiębiorstw			
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych	1,2,3,4,5	ocena wykonanie zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta	1,2	ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć		obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	2,3,4,5
	egzamin pisemny	1,2,3,4,5,	test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne	1,2,3,4,5	imiennie karty oceny studenta	
	złożone projekty		treść pytań egzaminacyjnych z oceną	1,2,3,4,5
	inne...formularz egzaminu pisemnego	1,2,3,4,5	inne...lista obecności z zaznaczoną oceną aktywności na zajęciach	1,2,3,4,5
	prezentacje w formie elektronicznej		inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych	35%	ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta	5%	ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć		obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	10%
	egzamin pisemny	50%	test	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	sala dydaktyczna			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				
a) podstawowa				
1. Samuelson W. F., Marks S. G.: Ekonomia menedżerska, PWE, Warszawa 2009				
2. Png I.; Lemane D.: Ekonomia menedżerska, Wyd. WOLTERS KLUWER, Warszawa 2011				
b) uzupełniająca				
3. Varian H.R., Mikroekonomia, PWN, Warszawa 2009				
4. Gruszecki T., Współczesne teorie przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002				
5. North D. C., Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge University Press, Cambridge 1990				
6.				
7.				
8.				
UWAGI ²⁴⁾ :				