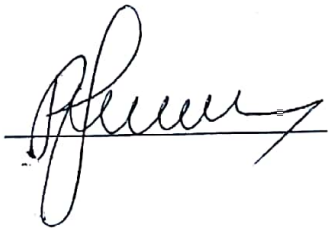
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Львівський національний університет імені Івана Франка

Кафедра економічної теорії

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Декан факультету



доц. Михайлишин Р.В.

31 серпня 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

"БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА",

спеціальність	051 "Економіка"
спеціалізації	"Бізнес-економіка"
факультет	економічний

2020 – 2021 навчальний рік

Scanned with CamScanner

Робоча програма з "Бізнес-економіки" для студентів
за спеціальністю 051 "Економіка"

РОЗРОБНИК:
О.З.Ватаманюк, професор кафедри економічної теорії, доктор економічних наук, професор

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри економічної теорії

Протокол від 31 серпня 2020 р. № 1

Завідувач кафедри економічної теорії _____ проф. Островерх П.І.

Ухвалено Вченою радою економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
Протокол від 31 серпня 2020 р. № 1

© Ватаманюк О.З., 2020
© Львівський національний
університет імені Івана Франка, 2020

Scanned with CamScanner

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, освітньо-кваліфікаційний рівень</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів – 4</td><td>Галузь знань
05 “Соціальні та поведінкові науки”</td><td colspan="2">Нормативна</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td rowspan="5">Спеціальність: 051 “Економіка”</td><td colspan="2">Рік підготовки</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 2</td><td>4-й</td><td></td></tr>
<tr><td>Індивідуальне науково-дослідне завдання</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 120</td><td>8-й</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="9">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 4
самостійної роботи студента – 4,6</td><td rowspan="9">Освітньо-кваліфікаційний рівень:
бакалавр</td><td>28 год.</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>28 год.</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>64 год.</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання:</td></tr>
<tr><td colspan="2">год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>екзамен</td><td></td></tr>
</table>

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить 47 % до 53 %.

Scanned with CamScanner

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: глибоке розуміння фундаментальних теоретичних засад економічної поведінки індивідів та фірм на основі плюралістичного підходу, з урахуванням досягнень як неокласичної теорії, так і інших сучасних шкіл економічної думки.

Завдання:

1) засвоєння базових теоретичних засад економічної поведінки індивідів та фірм;

2) порівняння неокласичного і гетеродоксального підходів до аналізу поведінки споживачів та виробничих рішень фірм;

3) оволодіння сучасними засобами ухвалення ефективних рішень у сферах економіки та бізнесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- різні підходи до розуміння процесу ухвалення економічних рішень індивідами та фірмами;
- базові підходи до вивчення ролі підприємця та процесу підприємництва в сучасній економічній науці;
- альтернативні концепції аналізу поведінки споживачів та підґрунтя відмінностей між ними;
- особливості неокласичного та гетеродоксального підходів до аналізу процесу виробництва і витрат фірм;
- загальну схему аналізу рішень фірм щодо ціноутворення та особливості визначення ціни продукту за різних ринкових структур;
- основи гетеродоксальної теорії пошуку прибутку фірмою;

вміти:

- аналізувати практичні ситуації у сфері економіки та бізнесу на основі засвоєного теоретичного матеріалу;
- аналізувати причини успіхів та невдач підприємців з огляду на володіння (чи ні) ними важливими здібностями та вміннями;
- аналізувати особливості поведінки споживачів щодо придбання ними товарів та послуг з використанням альтернативних теорій;
- використовувати неокласичний та гетеродоксальний підходи для аналізу виробничих рішень фірм у короткостроковому та довгостроковому періодах;
- аналізувати реальні ситуації щодо ціноутворення на різні товари та послуги і пояснювати їх за допомогою теоретичного інструментарію.

Scanned with CamScanner

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Раціональність поведінки індивідів, підприємці та споживачі

Тема 1. Вступ до бізнес-економіки. Як люди ухвалюють рішення. Роль інформації та знання під час ухвалення рішень. Чинники невизначеності економічних процесів. Тлумачення ризику та невизначеності за Ф.Найтом. Теорія "чорного лебедя" Н.Талеба. Асиметрія інформації. Інформація та поведінка економічних агентів. Неявне знання. Ринок і фірма. Чому люди створюють фірми? Ринок як механізм координації. Природа фірми. Р.Коуз про природу фірми.

Тема 2. Чи завжди люди поводяться раціонально? Повна (необмежена) раціональність. Інші характеристики індивідів та економічного середовища у неокласичній теорії. Обмежена раціональність індивідів. Жорстке ядро та захисний пояс неоінституційної теорії. Правила та інститути. Інститути за Д.Нортом. Трансакційні витрати. Права власності. Обмежена раціональність індивідів у поведінковій економіці. Розуміння евристик у поведінковій економіці. Обмеженість сили волі і проблема самоконтролю. Обмежений егоїзм.

Тема 3. Хто такі підприємці і що вони роблять? Підприємець у класичній та неокласичній традиції. Три базові підходи до аналізу ролі підприємця в економічній науці. Ф.Найт, Й.Шумпетер, І.Кірцнер. Підприємець та його функції за М.Кесоном. Ухвалення рішень оцінного характеру. Продуктивне, непродуктивне і деструктивне підприємництво. Пошук ренти і його наслідки для суспільства. Інші критерії класифікації підприємництва.

Тема 4. Хто купує товар, скільки і чому? Крива ринкового попиту: можливі ускладнення. Позитивні та негативні мережеві екстерналії. Ефект приєднання до більшості. Ефект сноба. Ефект Веблена. Теорія поведінки споживача в економічній теорії основного потоку та її критика. Попит на характеристики продукту. Альтернативні підходи до аналізу поведінки споживачів. Роль контексту вибору у процесі ухвалення споживчих рішень. Набір правил замість набору уподобань. Динаміка уподобань споживачів. Нові продукти. Споживачі навчаються. Споживачі імітують. Стиль життя. Бренди.

Змістовий модуль 2. Альтернативні підходи до аналізу процесів виробництва та ціноутворення

Тема 5. Як фірма виробляє продукт? Неокласична теорія виробництва у короткостроковому періоді та її обмеження. Теорія виробництва у довгостроковому періоді. Гетеродоксальний підхід до виробництва: роль знання. Знання та його різновиди. Гетеродоксальний підхід до виробництва: віддача від масштабу.

Тема 6. Що визначає витрати фірми та їхню динаміку? Теорія витрат у короткостроковому та довгостроковому періодах. Позитивний та негативний ефект масштабу. Економія масштабу. Час і витрати фірми. Перехід від

Scanned with CamScanner

статичного до динамічного аналізу. Врахування навчання у процесі роботи. Крива досвіду. Х-неефективність.

Тема 7. Як фірмі встановити "правильну" ціну? Загальна схема аналізу рішень щодо ціноутворення. П'ять чинників ціноутворення. Неокласична теорія визначення ціни та обсягу виробництва за різних ринкових структур. Ціноутворення за ринкової влади. Ціноутворення за стратегічної взаємозалежності. Гетеродоксальна теорія визначення ціни продукту.

Тема 8. Як фірмі стабільно заробляти прибуток, вищий за нормальний? Гетеродоксальна теорія пошуку прибутку фірмою. Значення відмінностей у якості ресурсів. Рікардівська рента. Наріжні камені конкурентної переваги фірми: ресурсно-орієнтований підхід. Рутини та механізм їх формування. Р.Нельсон та С.Уінтер про рутинне функціонування організації. Еволюційна теорія фірми. Аналогія між генами та рутинами. Еволюція рутин і прибутки фірми.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Раціональність поведінки індивідів, підприємці та споживачі												
Тема 1. Вступ до бізнес-економіки	17	4	4			9						
Тема 2. Чи завжди люди поводяться раціонально?	17	4	4			9						

Scanned with CamScanner

Тема 3. Хто такі підприємці і що вони роблять?	17	4	4			9						
Тема 4. Хто купує товар, скільки і чому?	17	4	4			9						
Разом за змістовим модулем 1	68	16	16			36						
Змістовий модуль 2. Альтернативні підходи до аналізу процесів виробництва та ціноутворення												
Тема 5. Як фірма виробляє продукт?	17	4	4			9						
Тема 6. Що визначає витрати фірми та їхню динаміку?	9	2	2			5						
Тема 7. Як фірмі встановити “правильну” ціну?	17	4	4			9						
Тема 8. Як фірмі стабільно заробляти прибуток, вищий за нормальний?	9	2	2			5						
Разом за змістовим модулем 2	52	12	12			28						
Усього годин	120	28	28			64						

Scanned with CamScanner

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до бізнес-економіки	4
2	Чи завжди люди поводяться раціонально?	4
3	Хто такі підприємці і що вони роблять?	4
4	Хто купує товар, скільки і чому?	4
5	Як фірма виробляє продукт?	4
6	Що визначає витрати фірми та їхню динаміку?	2
7	Як фірмі встановити "правильну" ціну?	4
8	Як фірмі стабільно заробляти прибуток, вищий за нормальний?	2
	Разом	28

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до бізнес-економіки	9
2	Чи завжди люди поводяться раціонально?	9
3	Хто такі підприємці і що вони роблять?	9
4	Хто купує товар, скільки і чому?	9
5	Як фірма виробляє продукт?	9
6	Що визначає витрати фірми та їхню динаміку?	5
7	Як фірмі встановити "правильну" ціну?	9
8	Як фірмі стабільно заробляти прибуток, вищий за нормальний?	5
	Разом	64

Scanned with CamScanner

7. Методи навчання

Методи, що несуть навчально-пізнавальну інформацію: словесні методи – лекції для досягнення розкриття основних положень теми; наочні – ілюстрації (схеми, графіки), демонстрації (презентації лекцій).

Практичні методи, що служать для закріплення отриманих знань та формування практичних умінь при застосуванні цих знань: практичні завдання, ситуаційні завдання, дискусії, робота в невеликих групах.

8. Методи контролю

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали розподіляються таким чином:

- практичні заняття (усне опитування, робота під час практичних занять, участь в обговоренні та дискусії): 10% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 10;
- контрольні тестування: 40% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 40;
- іспит: 50% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 50.

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

<table>
<tr><td colspan="8">Поточне тестування та самостійна робота</td><td>Підсумковий тест (екзамен)</td><td>Сума</td></tr>
<tr><td colspan="4">Змістовий модуль 1</td><td colspan="4">Змістовий модуль 2</td><td rowspan="3">50</td><td rowspan="3">100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5</td><td>Т6</td><td>Т7</td><td>Т8</td></tr>
<tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>7</td><td>7</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr>
</table>

Т1, Т2 ... 8 – теми змістових модулів.

Scanned with CamScanner

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Визначення	За національною шкалою
			Для іспиту
90 – 100	A	Відмінно	Відмінно
91 – 89	B	Дуже добре	Добре
71 – 80	C	Добре	
61 – 70	D	Задовільно	Задовільно
51 – 60	E	Достатньо	
31 – 50	FX	Недостатньо	Незадовільно з можливістю повторного складання
0 – 30	F	Недостатньо	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

10. Рекомендована література

Основна:

1. Ватаманюк О.З. Бізнес-економіка / О.З.Ватаманюк. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 324 с.
2. Earl P. Business Economics: A Contemporary Approach / P.Earl, T.Wakeley. – London: MCGraw-Hill, 2005. – 561 p.

Додаткова:

1. Ватаманюк О.З. Мікроекономіка: теорія і практикум / О.З.Ватаманюк. – Львів: Інтелект-Захід, 2007. – 280 с.
2. Ватаманюк О. Біхевіористський підхід у сучасній економічній теорії / О.Ватаманюк // Економічна теорія. – 2006. – №1. – С. 40–51.

Scanned with CamScanner

3. Ватаманюк О.З. Інститут підприємництва в господарській системі України / О.З.Ватаманюк, І.Я.Сухарська // Економічний часопис–XXI. – 2013. – № 5–6. – С. 14–17.
4. Де Сото Е. Загадка капіталу. Чому капіталізм перемагає лише на Заході і ніде більше / Е. Де Сото; пер. з англ. – Київ: Ніка-Центр, 2012. – 232 с.
5. Дементьєв В.В. Чому Україна не інноваційна держава: інституційний аналіз / В.В. Дементьєв, В.В. Вишневський // Економічна теорія. – 2011. – №3.– С. 5–20.
6. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ. – Київ: Основи, 2000. – 198 с.
7. Форд Г. Моє життя та робота / Г.Форд; пер. з англ. – Київ: Наш формат, 2015. – 372 с.
8. Baumol W. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive Entrepreneurship / W.Baumol // The Journal of Political Economy. – 1990. – Vol. 98, № 5. – P. 893–921.
9. Browning E.K. Microeconomic Theory & Applications / E.K.Browning, M.A.Zupan. – 6th Edition. – Reading: Addison-Wesley Educational Publishers, 1998. – 588 p.
10. Casson M. The Entrepreneur. An Economic Theory / M.Casson. – 2nd Edition. – Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2003. – 271 p.
11. Conlisk J. Why Bounded Rationality? / J.Conlisk // The Journal of Economic Literature. – 1996. – Vol. XXXIV. – P. 669–700.
12. Kahneman D. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk / D.Kahneman, A.Tversky // Econometrica. – 1979. – Vol. 47, № 2. – P. 263–292.
13. Lazear E.P. Economic Imperialism / E.P.Lazear // The Quarterly Journal of Economics. – 2000. – Vol. 115, № 2. – P. 99–146.
14. Mankiw N.G. Principles of Economics / N.G. Mankiw. – 6th Edition. – Mason: South-Western Cengage Learning, 2011. – 856 p.
15. McConnell C.R. Economics: Principles, Problems, and Policies / C.R.McConnell, S.L.Brue, S.M.Flynn. – 18th Edition. – Boston: McGrow-Hill Irwin, 2009. – 784 p.
16. Nelson R.R. An Evolutionary Theory of Economic Change / R.R.Nelson, S.G.Winter. – Cambridge, MA: Harvard Univ. Press / Belknap Press, 1982. – 437 p.
17. Pindyck R.S. Microeconomics / R.S.Pindyck, D.L.Rubinfeld. – 8th Edition. – Boston: Pearson education, 2013. – 743 p.
18. Peteraf M. The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view / M.Peteraf // Strategic Management Journal. – 1993. – Vol. 14. – P. 179–191.
19. Stiglitz J.E. Information and the Change in the Paradigm in Economics / J.E.Stiglitz // The American Economic Review. – 2002. –Vol. 92, № 3. – P. 460–501.

11. Інформаційні ресурси

1. Бібліотеки:

а) Львівський національний університет імені Івана Франка (вул. Драгманова, 11, 19: економічний факультет (пр. Свободи, 18).

б) бібліотека АН імені В. Стефаника (вул. В. Стефаника).

Scanned with CamScanner

2. Ресурси мережі:

1. http://en.wikipedia.org – Вікіпедіа.
2. http://www.nbuv.gov.ua – бібліотека імені В.Вернадського.
3. http://bank/gov/ua – сайт Національного банку України
4. http://ukrstat.gov.ua – сайт Державної служби статистики України
5. http://worldbank.org – сайт Світового банку
6. https://www.aeaweb.org/journals/ – сайт AEA
7. https://www.nber.org/ – сайт Національного бюро економічних досліджень США

Автор програми Д.е.н., проф. О.З.Ватаманюк

Scanned with CamScanner