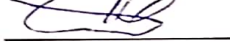


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економічної теорії

Затверджено

На засіданні кафедри економічної теорії економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 31 серпня 2020 р.)

Завідувач кафедри  проф. Островерх П.І.

Силабус з навчальної дисципліни
“БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА”,
що викладається в межах ОПП (ОПН)
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
для здобувачів зі спеціальності 051 “Економіка”
(спеціалізація “Бізнес-економіка”)

Львів 2020 р.

Силабус курсу
БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА
2020–2021 навчальний рік, II семестр

Назва курсу	Бізнес-економіка
Адреса викладання курсу	М. Львів, проспект Свободи, 18
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет, кафедра економічної теорії
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	051 “Економіка”
Викладачі дисципліни	Ватаманюк Остап Зіновійович, доктор економічних наук, професор кафедри економічної теорії;
Контактна інформація викладачів	Кафедра економічної теорії (к. 114); ostap.vatamaniuk@gmail.com
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю), кафедра економічної теорії, к.114
Сторінка курсу	http://e-learning.lnu.edu.ua/course/view.php?id=2563

Інформація про курс	Курс розроблено таким чином, щоб його учасники змогли сформувати 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.
Коротка анотація курсу	Дисципліна “Бізнес-економіка” є нормативною дисципліною з спеціальності 051 “Економіка” для освітньої програми “Бізнес-економіка”, яка викладається у восьмому семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі курсу	Метою вивчення нормативної дисципліни “Бізнес-економіка” є: 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.
Література для вивчення курсу	<p style="text-align: center;">Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p style="text-align: center;">Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 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. Вишневецький // 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. Мос 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.

	<p>XXXIV. – P. 669–700.</p> <p>12. Kahneman D. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk / D.Kahneman, A.Tversky // <i>Econometrica</i>. – 1979. – Vol. 47, № 2. – P. 263–292.</p> <p>13. Lazear E.P. Economic Imperialism / E.P.Lazear // <i>The Quarterly Journal of Economics</i>. – 2000. – Vol. 115, № 2. – P. 99–146.</p> <p>14. Mankiw N.G. Principles of Economics / N.G. Mankiw. – 6th Edition. – Mason: South-Western Cengage Learning, 2011. – 856 p.</p> <p>15. McConnell C.R. Economics: Principles, Problems, and Policies / C.R.McConnell, S.L.Brue, S.M.Flynn. – 18th Edition. – Boston: McGraw-Hill Irwin, 2009. – 784 p.</p> <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.</p> <p>17. Pindyck R.S. Microeconomics / R.S.Pindyck, D.L.Rubinfeld. – 8th Edition. – Boston: Pearson education, 2013. – 743 p.</p> <p>18. Peteraf M. The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view / M.Peteraf // <i>Strategic Management Journal</i>. – 1993. – Vol. 14. – P. 179–191.</p> <p>19. Stiglitz J.E. Information and the Change in the Paradigm in Economics / J.E.Stiglitz // <i>The American Economic Review</i>. – 2002. –Vol. 92, № 3. – P. 460–501.</p>
<p>Обсяг курсу</p>	<p>56 годин аудиторних занять. З них 28 годин лекцій, 28 годин практичних занять та 34 години самостійної роботи</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Після завершення курсу студенти повинні</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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;

	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
Формат курсу	Очний
Темп	Див. додаток
Підсумковий контроль, форма	Іспит наприкінці кожного з семестрів: письмовий/тестовий/комбінований
Пререквізити	Немає
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Лекції, презентації, колаборативне навчання (робота в невеликих групах), дискусії
Необхідне обладнання	Персональний комп'ютер, смартфон з доступом до мережі
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Розподіл балів має такий вигляд: 40 балів – сумарно тести № 1, № 2, № 3 та № 4; 10 балів – поточний контроль (робота під час практичних занять); 50 балів – екзамен.
Перелік питань до екзамену	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль інформації та знання під час ухвалення рішень. Чинники невизначеності економічних процесів. Тлумачення ризику та невизначеності за Ф.Найтом. Теорія “чорного лебедя” Н.Талеба. 2. Асиметрія інформації. Стимули до розкриття та приховування інформації. Інформація та поведінка економічних агентів. Неявне знання. Незнання. 3. Ринок і фірма. Чому люди створюють фірми? Інформаційний парадокс Ерроу. Ринок як механізм координації. Природа фірми. Р.Коуз про природу фірми. 4. Повна (необмежена) раціональність. Інші характеристики індивідів та економічного середовища у неокласичній теорії. Принцип оптимізації. Е.Лазір про принцип максимізації в економічній науці. 5. Обмежена раціональність індивідів. Аргументи на користь обмеженої раціональності. Пошук прикладних правил ухвалення рішень. Жорстке ядро та захисний пояс неоінституційної теорії. 6. Правила та інститути. Інститути за Д.Нортом. Формальні та неформальні інститути. Трансакційні витрати. Права власності. Е. де Сото про роль специфікації прав власності. 7. Обмежена раціональність індивідів у поведінковій економіці. Розуміння евристик у поведінковій економіці. Поняття “мисленої бухгалтерії”. Обмеженість сили волі і проблема самоконтролю. Обмежений егоїзм.

8. Підприємець у класичній та неокласичній традиції. Підприємство і підприємство за Р.Кантільоном. Особливості аналізу підприємництва в неокласичній теорії.
9. Три базові підходи до аналізу ролі підприємця в економічній науці. Ф.Найт, Й.Шумпетер, І.Кіршнер. Спільні аспекти трьох підходів.
10. Підприємець та його функції за М.Кесоном. Ухвалення рішень оцінного характеру. Етапи процесу ухвалення рішення. Здібності та вміння, необхідні підприємцям.
11. Продуктивне, непродуктивне і деструктивне підприємство. Інституційне середовище та вибір сфери скерування підприємницьких здібностей. Пошук ренти і його наслідки для суспільства. Інші критерії класифікації підприємства.
12. Крива ринкового попиту: можливі ускладнення. Позитивні мережеві екстерналії. Ефект приєднання до більшості. Негативні мережеві екстерналії. Ефект сноба. Ефект Веблена.
13. Теорія поведінки споживача в економічній теорії основного потоку та її критика. Критика ординалістського підходу. Критика М.Рабіна теорії сподіваної корисності. Функція корисності у теорії перспективи. Попит на характеристики продукту.
14. Альтернативні підходи до аналізу поведінки споживачів. Роль контексту вибору у процесі ухвалення споживчих рішень. Набір правил замість набору уподобань. Приклади евристик вибору споживача.
15. Динаміка уподобань споживачів. Підвищення рівня прагнень споживачів. Нові продукти: нові характеристики та нові стандарти. Споживачі навчаються. Споживачі імітують. Стиль життя. Бренди.
16. Неокласична теорія виробництва у короткостроковому періоді та її обмеження. Неокласична теорія виробництва у довгостроковому періоді. Ізокванти та ізокости. Віддача від масштабу.
17. Гетеродоксальний підхід до виробництва: роль знання. Знання та його різновиди. Гетеродоксальний підхід до виробництва: віддача від масштабу.
18. Неокласична теорія витрат у короткостроковому періоді. Неокласична теорія витрат у довгостроковому періоді. Позитивний та негативний ефект масштабу.
19. Час і витрати фірми. Перехід від статичного до динамічного аналізу. Врахування навчання у процесі роботи. Крива досвіду. X-неефективність.
20. Загальна схема аналізу рішень щодо ціноутворення. П'ять чинників ціноутворення. Витрати фірми. Поведінка потенційних покупців. Поведінка наявних та ймовірність появи нових конкурентів. Позиція регулятивних органів.
21. Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: досконала конкуренція. Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: чиста монополія.
22. Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: монополістична конкуренція. Цінова дискримінація першого, другого і третього ступеня. Інші стратегії ціноутворення.

	<p>23. Неокласична теорія визначення фірмою ціни та обсягу виробництва: олігополія. Ціноутворення за стратегічної взаємозалежності. Основи теорії ігор.</p> <p>24. Гетеродоксальна теорія визначення ціни продукту. Ціноутворення за принципом “витрати плюс”.</p> <p>25. Гетеродоксальна теорія пошуку прибутку фірмою. Значення відмінностей у якості ресурсів. Рікардівська рента. Наріжні камені конкурентної переваги фірми: ресурсно-орієнтований підхід.</p> <p>26. 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.</p>
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

ДОДАТОК

СХЕМА КУРСУ

Тиждень	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності	Література	Завдання, год	Термін виконання
1–2	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.	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 14, 19	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 3
3–4	2. Чи завжди люди поведуться раціонально? Повна (необмежена) раціональність. Інші характеристики індивідів та економічного середовища у неокласичній теорії. Обмежена раціональність індивідів. Жорстке ядро та захисний пояс неінституційної 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.	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 2, 4–6, 11–13,	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 5
5–6	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.Кіршнер. Підприємець та його функції за М.Кесоном. Ухвалення рішень оцінює характеру. Продуктивне, непродуктивне і деструктивне підприємництво. Пошук ренти і його наслідки для суспільства. Інші критерії класифікації підприємництва.	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 3, 7, 8, 10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 7
7–8	4. Хто купує товар, скільки і чому? Крива ринкового попиту: можливі ускладнення. Позитивні та негативні мережеві екстерналії. Ефект присидання 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	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 1, 9, 14, 15, 17	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 9

	контексту вибору у процесі ухвалення споживчих рішень. Набір правил замість набору уподобань. Динаміка уподобань споживачів. Нові продукти. Споживачі навчаються. Споживачі імітують. Стиль життя. Бренд.				
9-10	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.	Лекція – 6 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 6 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 1, 7, 14, 15, 17	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 11
11	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 статичного до динамічного аналізу. Врахування навчання у процесі роботи. Крива досвіду. X-неефективність.	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 1, 7, 9, 14, 15, 17	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 12
12-13	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.	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 1, 7, 9, 14, 15, 17	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 14
14	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.	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год.	ОЛ: 1,2 ДЛ: 1, 7, 16, 18	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 14

Автор



/О.З.Ватаманюк/