



Департамент экономической теории

Соловых Н.Н.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программ магистратуры:

«Стратегия и финансы бизнеса»

«Продуктовый маркетинг и аналитика»

МОСКВА 2022

Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Департамент экономической теории

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

Е.А. Каменева

23.06. 2022 г.

Соловых Н.Н.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

Рабочая программа учебной дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программ магистратуры:
«Стратегия и финансы бизнеса»
«Продуктовый маркетинг и аналитика»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета
Международных экономических отношений
(протокол №23 от 21 июня 2022 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента
экономической теории № 11 от 25 мая 2022 г.*

Москва 2022

Соловых Н.Н.

Экономическая теория в управлении бизнесом. Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 – «Менеджмент» (для направленностей программ магистратуры: «Стратегия и финансы бизнеса» ЗАО, «Продуктовый маркетинг и аналитика» - ИОО). – М.: Финансовый университет, Департамент экономической теории, 2022. – 44 с.

Рецензенты: **Карамова О.В., д.э.н., профессор**
 Орусова О.В., к.э.н., доцент

Дисциплина «Экономическая теория в управлении бизнесом» относится к дисциплинам базовой части модуля общепрофессиональных дисциплин направления подготовки магистров 38.04.02 – «Менеджмент». Рабочая программа дисциплины содержит тематический план изучения дисциплины, программу, виды самостоятельной работы, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины. Большое внимание уделено современным методам анализа экономической информации. В учебном процессе применяются современные технологии и методики обучения, развивающие аналитические способности, практические умения и навыки у студентов.

Учебное издание

Соловых Надежда Николаевна, кандидат экономических наук, профессор

Экономическая теория в управлении бизнесом
Рабочая программа дисциплины
Для направления: 38.04.02 – «Менеджмент»

Компьютерный набор, верстка: Соловых Н.Н.
Формат 60х90/16. Гарнитура *Times New Roman*
Усл. п.л. 3,37 Изд. № - 2021. Тираж __ экз.
Заказ _____

Отпечатано в Финансовом университете

© Соловых Н.Н. 2022

© Финансовый университет, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	5
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	9
4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	9
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	10
5.1. Содержание дисциплины.....	10
5.2. Учебно-тематический план.....	16
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	18
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	22
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	22
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	24
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	27
7.1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	27
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний.....	27
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	35
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	38
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины.....	39
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	41
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	43
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	43

1. Наименование дисциплины

Экономическая теория в управлении бизнесом

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на основе знания (продвинутый уровень) экономической и управленческой теории, а также обобщения и критического анализа актуальных практик управления	1. Демонстрирует знания теории и практики управления, а также современных тенденций развития менеджмента как науки.	Знать: теоретические положения и ключевые концепции всех разделов микроэкономики и макроэкономики, направления развития экономической науки, основные закономерности функционирования современной экономики для формирования мировоззренческой позиции в профессиональной деятельности, обобщения и критического анализа актуальных практик управления бизнесом Уметь: использовать методы теоретического анализа экономики на различных этапах её развития; анализировать дискуссионные моменты применения инструментов экономической политики для выявления современных тенденций развития менеджмента как науки

		2. Обладает умением выявлять необходимость изменений в социально-экономических системах и организовывать реализацию таких изменений.	<p>Знать: современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных из различных источников экономической, социальной, управленческой информации для планирования текущих и долгосрочных финансовых целей</p> <p>Уметь: сформулировать задачу и спрогнозировать ситуацию в зависимости от принятия того или иного решения для управления бизнесом в условиях риска и асимметрии информации</p>
		3. Критически оценивает и обобщает имеющиеся теоретические концепции, подходы и управленческие практики	<p>Знать: современные методы экономического анализа</p> <p>Уметь: проводить научные исследования в профессиональной сфере, применять концептуальный и теоретический инструментальный анализа экономики хозяйствующего субъекта, проводить сравнительный анализ эффективности разных научных подходов</p>
ПКН-5	Способность обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты и	1. Реализует способность организовывать проведение современных научных исследований в таких научных областях как экономика и управление.	<p>Знать: методы и приемы анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей</p> <p>Уметь: анализировать основные социально-экономические явления; применять различные концепции экономической науки и использовать современные методы решения управленческих и ситуационных задач</p>

	участвовать в распространении экономических и управленческих знаний	2. Владеет навыками публичных выступлений и презентаций по тематике, связанной с экономикой и управлением.	<p>Знать: основы ораторского искусства, основные способы и методы коммуникативного воздействия на аудиторию для формирования у нее определенных моделей поведения</p> <p>Уметь: демонстрировать аудитории поведение менеджеров, управляющих бизнесом, которые пользуются у нее доверием и авторитетом</p>
		3. Использует навыки подготовки и планирования выступления, привлечения, удержания и выбора правильного стиля взаимодействия с аудиторией.	<p>Знать: структуру выступления, принципы логической подачи материала, правила построения аргументации, способы обращения к интересам слушателей, аргументации точки зрения менеджмента компании</p> <p>Уметь: осуществлять поиск информации, необходимой для планирования и подготовки выступления по тематике, связанной с экономикой и управлением бизнесом</p>
УК-1	Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегий действий	1. Использует методы абстрактного мышления, анализа информации и синтеза проблемных ситуаций, формализованных моделей процессов и явлений в профессиональной деятельности.	<p>Знать: Основные признаки методов абстрактного мышления, анализа и синтеза эмпирического материала, их роль в построении формализованных моделей управления бизнесом</p> <p>Уметь: с учетом вида деятельности, специфики и структуры компании быстро находить и обобщать необходимую информацию, редактировать ее и вносить изменения согласно специфике работы компании</p>
		2. Демонстрирует способы осмысления и критического анализа проблемных ситуаций.	<p>Знать: современные методы экономического анализа</p> <p>Уметь: проводить научные исследования в профессиональной сфере, применять концептуальный и теоретический инструментарий для осмысления критического анализа проблемных ситуаций с целью успешного их разрешения</p>

		3. Предлагает нестандартное решение проблем, новые оригинальные проекты, вырабатывает стратегию действий на основе системного подхода.	<p>Знать: источники информации по экономическому развитию хозяйствующих субъектов России</p> <p>Уметь: с учетом вида деятельности, специфики и структуры компании быстро находить и обобщать необходимую информацию для разработки новых оригинальных проектов, редактировать ее и вносить изменения в стратегию компании на основе использования обобщенной информации и системного подхода</p>
УК-7	Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты	1. Применяет методы прикладных научных исследований.	<p>Знать: методы прикладных научных исследований и оценки их результатов</p> <p>Уметь: проводить научные исследования, оценивать их результаты для повышения эффективности в решении управленческих и ситуационных задач</p>
		2. Самостоятельно изучает новые методики и методы исследования, в том числе в новых видах профессиональной деятельности.	<p>Знать: новые методики и методы прикладных научных исследований, в том числе в новых видах профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: самостоятельно изучить новые методики и методы прикладных научных исследований и проводить новые исследования в целях расширения имеющихся и получения новых знаний и проверки научных гипотез</p>
		3. Выдвигает самостоятельные гипотезы.	<p>Знать: методологию и методику научных исследований, как сформулировать цель и задачи исследования</p> <p>Уметь: планировать и проводить эксперименты, обрабатывать полученную информацию, систематизировать новые знания и выдвигать самостоятельные гипотезы</p>

		4. Оформляет результаты исследований в форме аналитических записок, докладов и научных статей.	<p>Знать: основные требования, предъявляемые к оформлению аналитических записок, научных докладов и статей</p> <p>Уметь: обработать данные, необходимые для решения поставленных экономических задач, выявить конкурентные преимущества компании</p>
--	--	--	--

4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономическая теория в управлении бизнесом» относится к общенаучному модулю обязательной части направленностей программ магистратуры – «Продуктовый маркетинг и аналитика» (очная форма обучения ИОО) и «Стратегия и финансы бизнеса» (заочная форма обучения, ИОО) направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

**«Продуктовый маркетинг и аналитика» (очная форма обучения ИОО)/
«Стратегия и финансы бизнеса» (заочная форма обучения, ИОО)**

Таблица 2

Объем учебной дисциплины

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Модуль 1 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з/е 108	3 з/е 108
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	<i>32/16</i>	<i>32/16</i>
Лекции	8/4	8/4
Семинары, практические занятия	24/12	24/12
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>76/92</i>	<i>76/92</i>
Вид текущего контроля	<i>контрольная работа</i>	<i>контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>зачет</i>	<i>зачет</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Фирма как особый экономический агент рынка и как менеджеральная компания

Фирма: границы, цели, производственная и технологическая структура. Производственная функция и аксиомы производственного выбора.

Многопродуктовая фирма: совместный выпуск и альтернативный выпуск продукции. Эволюция взглядов экономистов на природу, функции и механизм реализации функций фирмы. Основные теории (концепции) фирмы: технологическая, контрактная и стратегическая концепции. Стратегия фирмы как сознательное, целенаправленное поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Управление параметрами стратегического поведения фирмы.

Продукт фактора производства, стадии производства. Продукт как экономическая переменная. Качество как многомерная переменная.

Индивидуальный собственник и его выбор. Проблемы отношений собственников и менеджеров.

Современная фирма как менеджеральная компания. Максимизация объемов продаж и темпов роста фирмы. Взаимоотношения в рамках модели «принципал-агент». Ограничения на недобросовестное поведение менеджеров.

Поведение самоуправляемой фирмы: выбор оптимальной занятости, Реакция менеджера фирмы на изменение цены товара, рост цены капитала.

Особенности выбора некоммерческой организации и государственного предприятия. Способы гармонизации конфликтующих целей.

Тема 2. Предприниматель как субъект управления бизнесом в рыночной экономике. Рыночное ценообразование и принципы управления спросом

Предприниматель XIX века – предприниматель-собственник. Предприниматель XXI века – менеджер с имеющимся потенциалом предпринимательских, управленческих и коммерческих знаний и умений.

Рыночная экономика как основа инициативы и предприимчивости частных лиц, гибкости в хозяйственной деятельности, научно-технического прогресса. Людвиг фон Мизес: человеческая деятельность и предпринимательство - «Человеческая деятельность: трактат по экономической теории» (Human Action: A Treatise of Economics, 1949). Предприниматели Ричарда Кантильона, Жана-Батиста Сэя, Максимилиана Вебера, Вернера Зомбарта.

Современное понимание предпринимательства: Йозеф А. Шумпетер «Теория экономического развития» (1912): внутренние свойства предпринимателя, цели и мотивы. Израэл Кирцнер «Конкуренция и предпринимательство» (Competition and Entrepreneurship, 1973): предприниматель как обязательное условие существования рынка, как своеобразный вектор совмещения спроса и предложения, как необходимая предпосылка формирования рыночных цен. Принципы конкурентоспособности и

проявления предпринимательской бдительности. «Модель чистого предпринимателя».

Предприниматель как субъект установления и нарушения рыночного равновесия. Равновесие на рынке. Неравновесные ситуации: подход Л. Вальраса. Подход Альфреда Маршала: доминирующая сила в формировании рыночной конъюнктуры - предприниматели.

Понимание менеджером неравновесного состояния рынка как неполноты информации у участников рынка. Неравновесие как дисбаланс интересов продавца и покупателя, обусловленный нехваткой на стороне покупателя и продавца точной информации о состоянии рынка. Устранение неравновесия предпринимателем - источник исключительно прибыльной деятельности. Спекуляция – простейшая форма предпринимательства в условиях неравновесия и неполноты информации.

Государственное вмешательство в процессы рыночного ценообразования: реакция менеджера. Поведение менеджера при установлении «потолка цены» и «пола цены». Распределение налогового бремени (тяжесть косвенного налога для фирмы, управляемой менеджером) - зависимость от ставки налога, эластичности спроса и предложения. Поведение менеджера при введении новых налогов в условиях различной эластичности спроса и предложения. Поведение менеджера на рынке в зависимости от объема информации об уровне спроса на продукцию.

Современный рынок как сложный, нечеткий и быстро меняющийся объект. Состав рынка с экономической точки зрения. Границы рынка. Географически ограниченный рынок – критерии выделения. Оценка менеджером рынка товаров, производимых фирмой. Этапы оценки спроса. Пассивные методы сбора информации: построение временных рядов, структурный анализ. Активные методы сбора информации - специальные усилия менеджера по получению необходимых сведений: лабораторный и рыночный эксперименты, опросы (интервью) – достоинства и недостатки. Определение менеджером формы модели – выбор уравнений, которые отражают характер действия выявленных переменных на спрос: проведение регрессионного анализа, применение метода эконометрики для выведения уравнений и интерпретации полученных результатов

Принципы управления спросом. Стратегические переменные, с помощью которых фирма способна влиять на объем спроса. Неконтролируемые переменные (внешние факторы): поведение конкурентов, потребителей, государства.

Общий принцип управления величиной спроса: оптимальное использование контролируемых стратегических переменных; влияние на частично поддающиеся воздействию переменные; прогнозирование развития неконтролируемых переменных.

Тема 3. Концепции издержек: использование в практике управления бизнесом. Монополистические преимущества фирмы как стимул предпринимательства

Управление издержками – одна из главных целей практического менеджмента. Трансформационные издержки, организационные издержки и издержки контроля. Концепции издержек в зависимости от метода оценки затрат ресурсов: бухгалтерские издержки и издержки упущенных возможностей. Концепция бухгалтерских издержек

- оценка менеджером коммерческой деятельности фирмы. Недостатки бухгалтерского метода. Концепция альтернативных издержек или издержек упущенных возможностей. Бухгалтерский и экономический подходы оценки ресурсов в практике управления бизнесом. Необратимые издержки как издержки входа на рынок: экзогенные и эндогенные издержки.

Доход предпринимателя – предпринимательский доход. Бухгалтерская, нормальная и экономическая прибыль. Принципы максимизации прибыли и валового дохода фирмы. Динамика издержек фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Зависимости между издержками в краткосрочном периоде. Наиболее эффективный объем выпуска по уровню затрат. Чувствительность изменения издержек производства к изменению объема – эластичность производства по издержкам. Эффект масштаба на уровне фирмы на одном и нескольких заводах. Мотивы слияний и поглощений. Вертикально интегрированная фирма.

Основные проблемы практического управления издержками фирмы, с которыми сталкивается менеджер. Классификация издержек менеджером на переменные и постоянные с помощью анализа менеджером экономического смысла ситуации, складывающейся в каждом конкретном случае, пересчета исходных статей бухгалтерской отчетности.

Проблема совместных издержек (проблема распределения издержек между разными видами одновременно производимых продуктов в целях устранения искажения уровня рентабельности разных видов продукции). Повышение эффективности управления издержками за счет перенесения в разряд прямых и привязки к выпуску определенного товара большей части совместных издержек.

Определение менеджером предельных издержек фирмы, связанных с предельно малыми изменениями объемов производства. Приблизительно оцененные предельные издержки - градиент, или инкрементальные издержки.

Анализ критических точек в управлении фирмой - анализ объемов производства, при которых фирма входит в зону прибыльности и выходит из нее. Анализ критических точек в трех основных ситуациях: при определении целевых параметров производства и реализации продукта (при анализе бизнес-плана выпуска продукта); при формировании ассортимента на многопродуктовой фирме; при выборе технологии производства и уровня производительности новых установок.

Монополистическая прибыль – стимул управления бизнесом. Патентная монополия - условие для технического прогресса и частный случай краткосрочной (временной) монополии. Патент как временная монополия с целью стимулирования инвестиций в инновации. Управление менеджером фирмой в условиях краткосрочной (временной) монополии: оценка длительности периода краткосрочной монополии; определение наилучшего способа воспользоваться краткосрочной монополией; установление мер, которые могут продлить период краткосрочной монополии.

Решение менеджером проблем промышленного шпионажа и дублирования усилий; проблем с антимонопольным законодательством, взаимодействия с антимонопольными органами.

Тема 4. Информация и бизнес. Информационные ловушки менеджера. Риск и управление риском

Роль информации в деятельности менеджера. Информация как ресурс особого рода. Ценовая информация и феномен неосведомленности. Информационная асимметрия: Кеннет Эрроу - «Экономический смысл познания через практику» (The Economic Implication of Learning by Doing, 1962), Джордж Акерлоф («Рынок лимонов», 1970), Майкл Спенс («Конкурентное и оптимальное реагирование на сигналы: анализ эффективности и распределение», 1974).

Формы информационной асимметрии: проблемы внутрифирменной групповой организации – определение менеджером степени участия каждого исполнителя. Рынок труда и проблема найма работника. Рынок управляющих — проблема «заказчик — исполнитель». Асимметричная информация – последствия для производителей высококачественных товаров. Сигналы производителей о качестве товаров и услуг. Возможности выполнения менеджером условий существования рынка высококачественных товаров фирмы. Дисконтированная стоимость потерь, связанная с утратой репутации фирмы.

Информационные ловушки как препятствие в принятии менеджером эффективных бизнес-решений. Релевантная информация и информационный «шум». Движение информации в компании применительно к конкретной бизнес-задаче. Действие принципа когнитивного диссонанса и поведение управляющего. «Информационная ловушка прошлого опыта» и «ловушка инсайдера». Возможность предотвращения попадания управляющих бизнесом в информационные ловушки – анализ структуры движения информации внутри компании. Модели движения информации в компании в зависимости от уровня, на котором отслеживается новая информация. Информационные ловушки и стиль управления на фирме. Мозговой штурм и единоличное принятие решения.

Методы сжатия информации в управлении бизнесом: рутины и инструкции. Рутины как типовые, повторяющиеся бизнес-процессы и как нормальные и предсказуемые процедуры решения бизнес-проблемы.

Рыночная неопределенность: последствия. Управленческие решения в условиях неопределенности. Риск. Чистый риск и спекулятивный риск. Фрэнк Найт - «Риск, неопределённость и прибыль» (Risk, Uncertainty and Profit, 1921). Вероятность: априорная, статистическая, ожидаемая. Методики количественной оценки риска.

Стратегия отношения к риску, преобладающая в хозяйственной практике. Особенности отношения управляющих бизнесом к риску. Неопределенность и феномен частного предпринимательства. Неопределенность первой, второй и третьей степени и волевое решение управляющего.

Уменьшение управляющим фирмой величины риска: перераспределение риска между разными проектами и субъектами. Защита от информационной асимметрии: гарантии, бренды, дипломы, сертификаты, судебная защита, контрактная система.

Контракты как способ устранения субъективной неопределенности Концепции обеспечения контрактов: агентские контракты (agency relationship), саморегулирующиеся контракты (self-enforcing contract), отношенческие (несовершенные) контракты (relational contract). Оппортунизм в деятельности управляющих бизнесом.

Управление риском: выбор уровня, распределение, объединение. Типичные «шаги» менеджера по управлению риском. Коэффициент риска. Переговоры с контрагентом и отказ от рисков. Самострахование сделки. Варианты распределения и объединения рисков. Контрактное разделение риска. Поручительство (гарантия) и факторинг. Диверсификация риска и хеджирование. Фьючерс.

Тема 5. Проектный подход в управлении бизнесом

Инкрементальный анализ. Модификация правила максимизации прибыли: $MC=MR$ в рамках инкрементального анализа. Решение менеджером задачи максимизации прибыли в бизнес-практике - в условиях реакции предельных издержек и предельных доходов на бесконечно малые изменения выпуска продукции методом аппроксимации (приближения) с использованием инкрементального анализа.

Инкрементальный анализ как практическое приложение маржинального анализа. Инкрементальные издержки IC (Incremental costs) - издержки, возникающие в результате принятия определенного управленческого решения. Инкрементальные доходы IR (Incremental revenue) - доходы, являющиеся следствием принятия определенного управленческого решения. Реализация принципа полноты учета инкрементальных издержек и доходов применительно к конкретному управленческому решению.

Инкрементальные бухгалтерские издержки и доходы. Инкрементальные альтернативные издержки и доходы. Будущие инкрементальные издержки и доходы. Максимизация прибыли при инкрементальном анализе: рассмотрение управленческих решений, которые приносят прибыль (условие: $IC < IR$); сохраняют наиболее выгодные из числа взаимоисключающих решений; упорядочение решений (ранжирование) по убыванию прибыльности. Шаг алгоритма последнего решения - в зависимости от размеров имеющихся ресурсов: при неограниченных ресурсах: $IC \approx IR$; при ограниченных ресурсах - действия управляющего - одобрить все наиболее прибыльные (из не исключаящих друг друга) решения, на реализацию которых имеется (может быть привлечен) достаточный объем ресурсов. Принятие решений по правилу: $IC < IR$. Использование правила: $MC=MR$ - если параметры рассматриваемого проекта предполагают установление точного объема производства. Сфера применения инкрементального анализа: «сделать или купить», «принять или отклонить».

Инвестиционный проект фирмы: организационные, управленческие и иные усилия управляющего фирмой. Проект как разовая (уникальная для данной фирмы) коммерческая задача, ограниченная по времени своего решения, требующая последовательного уточнения деталей в ходе ее решения.

Инициация инвестиционного проекта и принятие принципиального решения об осуществлении проекта (либо об отказе от него). Планирование, исполнение, контроль и завершение инвестиционного проекта. Способы анализа и отбора инвестиционных проектов. Базисные принципы отбора инвестиционных проектов менеджером.

Использование менеджером в инвестиционном анализе фундаментальных показателей: будущей стоимости вложенных денежных средств (future value — FV) и

дисконтированной стоимости будущих поступлений (present value — *PV*. Компаундинг (compounding). Стадии отбора инвестиционных проектов и виды инвестиционных проектов. Методы выбора оптимального инвестиционного проекта: преимущества и недостатки. Учет менеджером при дисконтировании чистых денежных поступлений уровня (темпов) инфляции.

Основные компоненты, учитываемые менеджером при оценке инвестиционных проектов в условиях риска и неопределенности: анализ чувствительности (эластичности - *sensitivity analysis*) дисконтированной стоимости проекта на изменение таких показателей, как цена товара, величина спроса, цена фактора производства (труда или капитала), объемы ресурсов (ограничения на ресурсы), цены сырья и материалов; составление сценариев (*scenario analysis*) - с такими исходами, как очень благоприятная ситуация, благоприятная ситуация, нейтральная ситуация, неблагоприятная ситуация, крайне неблагоприятная ситуация; составление дерева решений для анализа всех возможных альтернатив по ходу осуществления проекта, нахождения точек уязвимости — варианты, при которых дисконтированная стоимость проекта отрицательна, либо подвержена высокой изменчивости (волатильности), принятие мер по смягчению или нейтрализации данной проблемы.

Приложение теории дисконтирования к финансовым инвестициям, к управлению собственностью. Бюджетирование капитала. Использование метода дисконтирования при управлении собственностью (к тем видам имущества, которые не относятся к основному бизнесу фирмы). Применение дисконтирования при финансовых инвестициях, оценке капитализации. Графическая интерпретация бюджетирования капитала.

Тема 6. Макроэкономическая среда бизнеса: влияние на управленческие решения фирмы

Макроэкономическая среда бизнеса — влияние на принятие менеджерами управленческих решений. Взаимодействие основных регулирующих сил экономической системы: государство, бизнес, общество. Макроэкономическое равновесие: причины нарушения.

Денежно-кредитная политика Центрального банка страны. Ключевая ставка. Рынок ценных бумаг. Операции с государственными облигациями на рынке ценных бумаг. Управление менеджером портфелем ценных бумаг фирмы.

Инфляция. Эффект Фишера и отслеживание его фирмами для принятия и изменения управленческих бизнес-решений. Налогово-бюджетная политика. Налоги и субсидии. Доходы населения и социальная политика. Проблема бедности — обострение в период пандемии Covid-19. Влияние сокращения внутреннего спроса в России на бизнес-процессы фирмы.

Экономический рост. Инновационный тип экономического роста в современной России. Использование бизнесом трудосберегающего типа научно-технического прогресса: показатели.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 4

«Продуктовый маркетинг и аналитика» (очная форма обучения ИОО)/ (заочная форма обучения)

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа – Аудиторные занятия			Самосто- ятельная работа	
			Общая в т.ч.:	Лекции	Семинары, практичес- кие занятия		
1.	Фирма как особый экономический агент рынка и как менеджериальная компания	17/18	-/-	-	2/-	15/18	Устный опрос, решение ситуационных задач
2.	Предприниматель как субъект управления бизнесом в рыночной экономике. Рыночное ценообразование и принципы управления спросом	18/18	6/2	2/-	4/2	12/16	Устный опрос, тестирование, решение кейсов
3.	Концепции издержек: использование в практике управления бизнесом. Монополистические преимущества фирмы как стимул предпринимательства	18/18	8/2	2/-	6/2	10/16	Устный опрос, тестирование, решение задач, кейсов
4.	Информация и бизнес. Информационные ловушки менеджера. Риск и управление риском	19/20	6/6	2/2	4/4	13/14	Решение ситуационных задач
5.	Проектный подход в управлении бизнесом	21/17	8/6	2/2	6/4	13/11	Устный опрос, тестирование, решение кейсов
6.	Макроэкономическая среда бизнеса: влияние на управленческие решения фирмы	15/17	2/-	-	2/-	13/17	Устный опрос, тестирование, решение ситуационных задач
	В целом по дисциплине	108	32/16	8/4	24/12	76/92	Контрольная работа
	Итого в %		30%/ 15%	25% / 25%	75%/ 75%	70%/ 85%	

**«Стратегия и финансы бизнеса» (очная форма обучения, ИОО)/
(заочная форма обучения)**

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа – Аудиторные занятия			Самосто- ятельная работа	
			Общая в т.ч.:	Лекции	Семинары, практичес- кие занятия		
1.	Фирма как особый экономический агент рынка и как менеджериальная компания	17/18	-/-	-	2/-	15/18	Устный опрос, решение ситуационных задач
2.	Предприниматель как субъект управления бизнесом в рыночной экономике. Рыночное ценообразование и принципы управления спросом	18/18	6/2	2/-	4/2	12/16	Устный опрос, тестирование, решение кейсов
3.	Концепции издержек: использование в практике управления бизнесом. Монополистические преимущества фирмы как стимул предпринимательства	18/18	8/2	2/-	6/2	10/16	Устный опрос, тестирование, решение задач, кейсов
4.	Информация и бизнес. Информационные ловушки менеджера. Риск и управление риском	19/20	6/6	2/2	4/4	13/14	Решение ситуационных задач
5.	Проектный подход в управлении бизнесом	21/17	8/6	2/2	6/4	13/11	Устный опрос, тестирование, решение кейсов
6.	Макроэкономическая среда бизнеса: влияние на управленческие решения фирмы	15/17	2/-	-	2/-	13/17	Устный опрос, тестирование, решение ситуационных задач
	В целом по дисциплине	108	32/16	8/4	24/12	76/92	Контрольная работа
	Итого в %		30%/ 14,9%	25% / 12,5%	75%/ 37,5%	70%/ 85,1%	

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 6

Содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских и практических занятиях	Формы проведения занятий
Тема 1. Фирма как особый экономический агент рынка и как менеджериальная компания	<p>1. Фирма: границы, цели, производственная и технологическая структура. Производственная функция и аксиомы производственного выбора.</p> <p>2. Многопродуктовая фирма: совместный выпуск и альтернативный выпуск продукции.</p> <p>3. Эволюция взглядов экономистов на природу, функции и механизм реализации функций фирмы. Основные теории (концепции) фирмы: технологическая, контрактная и стратегическая концепции.</p> <p>4. Стратегия фирмы как сознательное, целенаправленное поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Параметры стратегического поведения фирмы.</p> <p>5. Продукт фактора производства, стадии производства. Продукт как экономическая переменная. Качество как многомерная переменная.</p> <p>6. Индивидуальный собственник и его выбор. Проблемы отношений собственников и менеджеров.</p> <p>7. Современная фирма как менеджериальная компания. Максимизация объемов продаж и темпов роста фирмы. Взаимоотношения в рамках модели «принципал-агент». Ограничения на недобросовестное поведение менеджеров.</p> <p>8. Поведение самоуправляемой фирмы: выбор оптимальной занятости, Реакция менеджера фирмы на изменение цены товара, рост цены капитала.</p> <p>9. Особенности выбора некоммерческой организации и государственного предприятия. Способы гармонизации конфликтующих целей.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 4, 7, 10, 11</i></p>	<p>Устный опрос.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Разбор кейсов.</p> <p>Решение задач.</p> <p>Обсуждение научных докладов.</p>
Тема 2. Предприниматель как субъект управления бизнесом в рыночной экономике. Рыночное ценообразование и принципы управления спросом	<p>1. Современное понимание предпринимательства: Й.А. Шумпетер: внутренние свойства предпринимателя, цели и мотивы. Израэл Кирцнер: принципы конкурентоспособности и проявления предпринимательской бдительности. «Модель чистого предпринимателя».</p> <p>2. Предприниматель как субъект установления и нарушения рыночного равновесия. Равновесие на рынке. Неравновесные ситуации: подход Л. Вальраса. Подход А. Маршала: Устранение неравновесия предпринимателем - источник для исключительно прибыльной деятельности. Спекуляция – простейшая форма предпринимательства в условиях неравновесия и неполноты информации.</p> <p>3. Государственное вмешательство в процессы рыночного ценообразования: реакция менеджера. Поведение менеджера при установлении «потолка цены» и «пола цены».</p> <p>4. Поведение менеджера при введении новых налогов в условиях различной эластичности спроса и предложения.</p> <p>5. Оценка менеджером рынка товаров, производимых фирмой. Этапы оценки спроса. Пассивные и активные методы сбора информации. Специальные усилия менеджера по получению необходимых сведений: лабораторный и рыночный эксперименты, опросы (интервью) – достоинства и недостатки.</p> <p>6. Определение менеджером формы модели – выбор уравнений, которые отражают характер действия выявленных</p>	<p>Устный опрос.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Разбор кейсов.</p> <p>Решение задач.</p> <p>Обсуждение научных докладов.</p>

	<p>переменных на спрос: проведение регрессионного анализа, применение метода эконометрики для вывода уравнений и интерпретации полученных результатов</p> <p>7. Принципы управления спросом. Стратегические переменные. Неконтролируемые переменные (внешние факторы). Общий принцип управления величиной спроса: оптимальное использование контролируемых стратегических переменных; влияние на частично поддающиеся воздействию переменные; прогнозирование развития неконтролируемых переменных.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 5, 7, 10, 11</i></p>	
<p>Тема 3. Концепции издержек: использование в практике управления бизнесом.</p> <p>Монополистические преимущества фирмы как стимул предпринимательства</p>	<p>1. Управление издержками – цель практического менеджмента. Трансформационные издержки, организационные издержки и издержки контроля. Концепции издержек в зависимости от метода оценки затрат ресурсов: бухгалтерские издержки и издержки упущенных возможностей.</p> <p>2. Концепция бухгалтерских издержек - оценка менеджером коммерческой деятельности фирмы. Недостатки бухгалтерского метода. Концепция альтернативных издержек или издержек упущенных возможностей.</p> <p>3. Доход предпринимателя – предпринимательский доход. Бухгалтерская, нормальная и экономическая прибыль. Принципы максимизации прибыли и валового дохода фирмы.</p> <p>4. Динамика издержек фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Чувствительность изменения издержек производства к изменению объема – эластичность производства по издержкам. Эффект масштаба на уровне фирмы на одном и нескольких заводах. Мотивы слияний и поглощений. Вертикально интегрированная фирма.</p> <p>5. Основные проблемы практического управления издержками фирмы. Классификация издержек менеджером на переменные и постоянные с помощью анализа экономического смысла ситуации, складывающейся в конкретном случае, пересчета исходных статей бухгалтерской отчетности.</p> <p>6. Проблема совместных издержек. Повышение эффективности управления издержками за счет перенесения в разряд прямых и привязки к выпуску определенного товара большей части совместных издержек.</p> <p>7. Определение предельных издержек фирмы, которые связаны с предельно малыми изменениями объемов производства. Приблизительно оцененные предельные издержки - градиент, или инкрементальные издержки.</p> <p>8. Анализ критических точек в управлении фирмой - анализ объемов производства, при которых фирма входит в зону прибыльности и выходит из нее.</p> <p>9. Монополистическая прибыль – стимул управления бизнесом. Патентная монополия - условие для технического прогресса и частный случай краткосрочной (временной) монополии. Патент как временная монополия с целью стимулирования инвестиций в инновации.</p> <p>10. Управление менеджером фирмой в условиях краткосрочной (временной) монополии: оценка длительности периода краткосрочной монополии; определение наилучшего способа воспользоваться ею; установление мер, которые могут продлить этот период.</p> <p>11. Решение менеджером проблем промышленного шпионажа и дублирования усилий, проблем с антимонопольным законодательством взаимодействия с антимонопольными органами.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 3, 5, 6, 10, 11</i></p>	<p>Устный опрос.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Разбор кейсов.</p> <p>Решение задач.</p> <p>Обсуждение научных докладов.</p>

<p>Тема 4. Информация и бизнес. Информационные ловушки менеджера. Риск и управление риском</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль информации в деятельности менеджера. Информация как ресурс особого рода. Ценовая информация и феномен неосведомленности. Информационная асимметрия: Кеннет Эрроу, Джордж Акерлоф, Майкл Спенс. 2. Формы информационной асимметрии: проблемы внутрифирменной групповой организации – определение менеджером степени участия каждого исполнителя. 3. Рынок труда и проблема найма работника. Рынок управляющих — проблема «заказчик — исполнитель». Асимметричная информация – последствия для продавцов высококачественных товаров. Сигналы производителей о качестве товаров и услуг. 4. Возможности выполнения менеджером условий существования рынка высококачественных товаров фирмы. Дисконтированная стоимость потерь, связанная с утратой репутации фирмы. 5. Информационные ловушки как препятствие в принятии управляющим фирмой эффективных бизнес-решений. Релевантная информация и информационный «шум». 6. Движение информации в компании применительно к конкретной бизнес-задаче. Действие принципа когнитивного диссонанса и поведение управляющего. 7. «Информационная ловушка прошлого опыта» управляющего и «ловушка инсайдера». Возможность предотвращения попадания управляющих бизнесом в информационные ловушки – анализ структуры движения информации внутри компании. Модели движения информации в компании в зависимости от уровня, на котором отслеживается новая информация. 8. Информационные ловушки и стиль управления на фирме. Мозговой штурм и единоличное принятие решения. 9. Методы сжатия информации в управлении бизнесом: рутины и инструкции. Рутины как типовые, повторяющиеся бизнес-процессы, как нормальные и предсказуемые процедуры решения бизнес-проблемы. 10. Рыночная неопределенность: последствия. Управленческие решения в условиях неопределенности. Риск. Чистый риск и спекулятивный риск. 11. Вероятности: априорная, статистическая, ожидаемая. Методики количественной оценки риска. Стратегия отношения к риску, преобладающая в хозяйственной практике. 12. Особенности отношения управляющих бизнесом к риску. Неопределенность и феномен частного предпринимательства. Неопределенность первой, второй и третьей степени и волевое решение управляющего. 13. Уменьшение управляющим фирмой величины риска: перераспределение риска между разными проектами и субъектами. Защита от информационной асимметрии такими способами, как гарантии, бренды, дипломы, сертификаты, судебная защита, контрактная система. 14. Контракты как способ устранения субъективной неопределенности Концепции обеспечения контрактов: агентские контракты (agency relationship), саморегулирующиеся контракты (self-enforcing contract), отношенческие (несовершенные) контракты (relational contract). Оппортунизм в деятельности управляющих бизнесом. 15. Управление риском: выбор уровня, распределение, объединение. Типичные «шаги» управляющего фирмой по управлению риском. Коэффициент риска. Переговоры с контрагентом и отказ от рисков. Самострахование сделки. 16. Варианты распределения и объединения рисков. Контрактное разделение риска. Поручительство (гарантия) и факторинг. Диверсификация риска и хеджирование. Фьючерс. 	<p>Устный опрос. Дискуссия по теме. Разбор кейсов. Решение задач. Обсуждение научных докладов.</p>
--	--	--

	<i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 3, 5, 6, 10, 11</i>	
Тема 5. Проектный подход в управлении бизнесом	<p>1. Инкрементальный анализ. Модификация правила максимизации прибыли: $MC = MR$ в рамках инкрементального анализа. Решение менеджером задачи максимизации прибыли в бизнес-практике.</p> <p>2. Инкрементальный анализ - практическое приложение маржинального анализа. Инкрементальные издержки IC (Incremental costs), инкрементальные доходы IR (Incremental revenue). Реализация принципа полноты учета инкрементальных издержек и доходов применительно к конкретному управленческому решению.</p> <p>3. Инкрементальные бухгалтерские издержки и доходы. Инкрементальные альтернативные издержки и доходы. Будущие инкрементальные издержки и доходы. Максимизация прибыли при инкрементальном анализе.</p> <p>4. Сфера применения инкрементального анализа: «сделать или купить», «принять или отклонить».</p> <p>5. Инвестиционный проект фирмы: организационные, управленческие и иные усилия управляющего фирмой. Инициация инвестиционного проекта и принятие принципиального решения об осуществлении проекта (либо об отказе от него). Планирование, исполнение, контроль и завершение инвестиционного проекта. Базисные принципы отбора инвестиционных проектов менеджером. Компаундинг (compounding). Учет менеджером при дисконтировании чистых денежных поступлений уровня (темпов) инфляции.</p> <p>6. Основные компоненты, учитываемые менеджером при оценке инвестиционных проектов в условиях риска и неопределенности: анализ чувствительности дисконтированной стоимости проекта к изменению цены товара, величины спроса, цен факторов производства, объемов ресурсов, составление сценариев с исходами: очень благоприятная ситуация, благоприятная ситуация, нейтральная ситуация, неблагоприятная ситуация, крайне неблагоприятная ситуация.</p> <p>7. Составление дерева решений для анализа возможных альтернатив по ходу осуществления проекта, нахождения точек уязвимости — вариантов, при которых дисконтированная стоимость отрицательна, либо подвержена волатильности и принятие мер по смягчению или нейтрализации данной проблемы.</p> <p>8. Приложение теории дисконтирования к управлению собственностью. Бюджетирование капитала. Графическая интерпретация бюджетирования капитала.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 3, 6, 10, 11</i></p>	<p>Устный опрос. Дискуссия по теме. Разбор кейсов. Решение задач. Обсуждение научных докладов.</p>
Тема 6. Макроэкономическая среда бизнеса: влияние на управленческие решения фирмы	<p>1. Взаимодействие основных регулирующих сил экономической системы: государство, бизнес, общество. Макроэкономическое равновесие: причины нарушения.</p> <p>2. Денежно-кредитная политика Центрального банка страны. Ключевая ставка.</p> <p>3. Рынок ценных бумаг. Операции с государственными облигациями на рынке ценных бумаг. Управление менеджером портфелем ценных бумаг фирмы.</p> <p>4. Инфляция. Эффект Фишера и отслеживание его фирмами для принятия и изменения управленческих бизнес-решений.</p> <p>5. Налогово-бюджетная политика. Налоги и субсидии.</p> <p>6. Доходы населения и социальная политика. Проблема бедности – обострение в период пандемии Covid-19. Влияние сокращения внутреннего спроса в России на бизнес-процессы фирмы.</p>	<p>Устный опрос. Дискуссия по теме. Разбор кейсов. Решение задач. Обсуждение научных докладов.</p>

	<p>7. Экономический рост. Инновационный тип экономического роста в современной России. Использование бизнесом трудосберегающего типа научно-технического прогресса: показатели.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 3, 4, 6, 8, 9</i></p>	
--	---	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 7

Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Фирма как особый экономический агент рынка и как менеджерияльная компания	<p>Фирма: границы, цели, производственная и технологическая структура. Производственная функция и аксиомы производственного выбора.</p> <p>Многопродуктовая фирма: совместный выпуск и альтернативный выпуск продукции. Эволюция взглядов экономистов на природу, функции и механизм реализации функций фирмы. Основные теории (концепции) фирмы: технологическая, контрактная и стратегическая концепции.</p> <p>Стратегия фирмы как сознательное, целенаправленное поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Параметры стратегического поведения фирмы.</p> <p>Продукт фактора производства, стадии производства. Продукт как экономическая переменная. Качество как многомерная переменная.</p> <p>Индивидуальный собственник и его выбор. Проблемы отношений собственников и менеджеров.</p> <p>Современная фирма как менеджерияльная компания. Максимизация объемов продаж и темпов роста фирмы. Взаимоотношения в рамках модели «принципал-агент». Ограничения на недобросовестное поведение менеджеров.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 4, 7, 10, 11</i></p>	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и обобщение данных Интернет-источников и электронных баз данных
Тема 2. Предприниматель как субъект управления бизнесом в рыночной экономике. Рыночное ценообразование и принципы управления спросом	<p>Предприниматель XIX века – предприниматель-собственник.</p> <p>Предприниматель XXI века – менеджер с имеющимся потенциалом предпринимательских, управленческих и коммерческих знаний и умений.</p> <p>Рыночная экономика как основа инициативы и предприимчивости частных лиц, гибкости в хозяйственной деятельности, научно-технического прогресса. Людвиг фон Мизес: человеческая деятельность и предпринимательство - «Человеческая деятельность: трактат по экономической теории»</p>	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и обобщение данных Интернет-источников и электронных баз данных

	<p>(Human Action: A Treatise of Economics, 1949). Предприниматели Ричарда Кантильона, Жана-Батиста Сэя, Максимилиана Вебера, Вернера Зомбарта.</p> <p>Современный рынок как сложный, нечеткий и быстро меняющийся объект. Состав рынка с экономической точки зрения. Границы рынка. Географически ограниченный рынок – критерии выделения.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 3, 5, 6, 10, 11</i></p>	
<p>Тема 3. Концепции издержек: использование в практике управления бизнесом.</p> <p>Монополистические преимущества фирмы как стимул предпринимательства</p>	<p>Монополистическая прибыль – стимул управления бизнесом. Патентная монополия - условие для технического прогресса и частный случай краткосрочной (временной) монополии. Патент как временная монополия с целью стимулирования инвестиций в инновации.</p> <p>Управление менеджером фирмой в условиях краткосрочной (временной) монополии: оценка длительности периода краткосрочной монополии; определение наилучшего способа воспользоваться ею; установление мер, которые могут продлить этот период.</p> <p>Решение менеджером проблем промышленного шпионажа и дублирования усилий, проблем с антимонопольным законодательством взаимодействия с антимонопольными органами.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 6, 10, 11</i></p>	<p>Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и обобщение данных Интернет-источников и электронных баз данных</p>
<p>Тема 4. Информация и бизнес. Информационные ловушки менеджера. Риск и управление риском</p>	<p>Информация как ресурс особого рода. Ценовая информация и феномен неосведомленности. Информационная асимметрия: Кеннет Эрроу - «Экономический смысл познания через практику» (The Economic Implication of Learning by Doing, 1962), Джордж Акерлоф («Рынок лимонов», 1970), Майкл Спенс («Конкурентное и оптимальное реагирование на сигналы: анализ эффективности и распределение», 1974).</p> <p>Рынок труда и проблема найма работника. Рынок управляющих — проблема «заказчик — исполнитель». Асимметричная информация – последствия для продавцов высококачественных товаров. Сигналы производителей о качестве товаров и услуг.</p> <p>Возможности выполнения менеджером условий существования рынка высококачественных товаров фирмы. Дисконтированная стоимость потерь, связанная с утратой репутации фирмы.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 3, 5, 6, 7, 10, 11</i></p>	<p>Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и обобщение данных Интернет-источников и электронных баз данных</p>

Тема 5. Проектный подход в управлении бизнесом	<p>Инвестиционный проект фирмы: организационные, управленческие и иные усилия управляющего фирмой.</p> <p>Проект как разовая (уникальная для данной фирмы) коммерческая задача, ограниченная по времени своего решения, требующая последовательного уточнения деталей в ходе ее решения.</p> <p>Инициация инвестиционного проекта и принятие принципиального решения об осуществлении проекта (либо об отказе от него). Планирование, исполнение, контроль и завершение инвестиционного проекта. Способы анализа и отбора инвестиционных проектов. Базисные принципы отбора инвестиционных проектов менеджером.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 1, 2, 3, 5, 6, 7, 10, 11</i></p>	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и обобщение данных Интернет-источников и электронных баз данных
Тема 6. Макроэкономическая среда бизнеса: влияние на управленческие решения фирмы	<p>Налогово-бюджетная политика. Налоги и субсидии. Доходы населения и социальная политика. Проблема бедности – обострение в период пандемии Covid-19. Влияние сокращения внутреннего спроса в России на бизнес-процессы фирмы.</p> <p><i>Рекомендуемые источники: 3, 4, 7, 8, 9</i></p>	Изучение научной и учебной литературы; поиск, сбор, систематизация и обобщение данных Интернет-источников и электронных баз данных

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерный перечень практических вопросов к контрольной работе

1. Обобщенные принципы применения правила: $MR=MC$ для многопродуктовой, многозаводской и мультирыночной фирм.
2. Неполнота информации об уровне спроса на продукцию фирмы. Этапы оценки объема спроса.
3. Использование концепций бухгалтерских и альтернативных издержек в практике предпринимательства.
4. Переменные, постоянные, совместные, предельные, средние переменные издержки. Основные проблемы практического управления издержками фирмы.
5. Концепция временного горизонта, изменения уровня издержек и прибыли при изменении временного горизонта. Учет эффекта временного горизонта в предпринимательской практике.
6. Основные проблемы практического управления издержками в условиях неполной информации.
7. Графики валовых издержек и валовых доходов, средних издержек и средних доходов. Анализ критических точек и его использование в управлении фирмой.
8. Анализ критических точек в управлении фирмой. Критический объем производства. Операционная маржа.
9. Необходимость применения анализа критических точек в процессе управления фирмой. Графическая и алгебраическая интерпретация менеджером фирмы критических точек.
10. Использование анализа критических точек в управлении фирмой: определение целевых параметров производства и реализации продукта, формирование ассортимента на многопродуктовой фирме, выбор технологии

производства.

11. Закономерности спроса на однотипные товары, их последствия для практики ценообразования.

12. Закономерности спроса на дифференцированные товары, их последствия для практики ценообразования.

13. Способы устранения информационной асимметрии и предотвращение фиаско рынка с помощью гарантий, брендов, сертификатов, судебной защиты.

14. Информационные ловушки менеджера. Ловушка инсайдера.

15. Роль контрактов в снижении риска. Саморегулирующие контракты. Отношенческий контракт, его обеспечение и применимость.

16. Управление риском: типичные шаги фирмы по управлению риском.

17. Инкрементальный анализ. Модификация правила максимизации прибыли в рамках инкрементального анализа.

18. Принципы управления спросом на продукцию фирмы.

19. Предпосылки ценовой дискриминации и ее разновидности. Легальная дискриминация и ее использование в управлении фирмой.

20. Инвестиционный проект: виды, методы выбора оптимального инвестиционного проекта.

21. Инвестиционный проект: оценка в условиях риска и неопределенности.

22. Процесс бюджетирования капитала фирмы.

23. Инфляция. Эффект Фишера и отслеживание его фирмами для принятия и изменения управленческих бизнес-решений.

24. Операции с государственными облигациями на рынке ценных бумаг. Управление менеджером портфелем ценных бумаг фирмы.

25. Использование бизнесом трудосберегающего типа научно-технического прогресса: показатели.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Цель выполнения контрольной работы – овладение студентами навыками решения типовых расчётных или ситуационных задач, формирование учебно-исследовательских навыков, закрепление умений самостоятельно работать с различными источниками информации.

Задания контрольной работы разрабатываются преподавателями Департамента с учётом особенностей преподавания дисциплины «Экономическая теория в управлении бизнесом» для различных профилей подготовки.

Требования к выполнению контрольной работы:

- чёткость и последовательность изложения материала;
- наличие обобщения и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме;
- правильность и в полном объёме решение имеющихся в задании практических задач;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;

- самостоятельность выполнения.

Примеры заданий для контрольной работы

Охарактеризуйте виды фирм по типам внутренней структуры управления. Известно, что управляющие, так же как и акционеры, представляют собой разнородных экономических агентов, общей стратегией которых является удержание собственного положения в рамках данной фирмы. При этом могут использоваться различные методы, каждый из которых и представляет собой цель менеджеров. Какие же это цели?

Отделение собственности от текущего контроля на крупных корпорациях порождает конфликт интересов между собственниками и управляющими. Цели, выдвигаемые менеджерами в качестве ориентиров деятельности фирмы, могут противоречить интересам собственников (акционеров). Покажите, каким образом проявляется этот конфликт, как он может быть нейтрализован или смягчен и каковы последствия такого конфликта для фирмы и экономики в целом?

Что можно отнести к стратегическому сырью? Возможна ли и желательна ли конкуренция на рынках стратегического сырья? Приведите примеры в большей степени конкурентных и в большей степени концентрированных и регулируемых со стороны государства подобных рынков в различных странах.

Современные исследования показывают, что обсуждения в группах (мозговой штурм) являются менее эффективными, чем единоличное принятие решения управляющим. Как вы думаете, почему?

Многие исследования показывают, что сведения, получаемые от коллег по бизнесу и через личные контакты, являются значимым каналом получения информации для принятия решения большинством руководителей фирм. Это связано с тем, что люди склонны перекладывать ответственность за свой выбор на кого-либо другого, так как бремя ответственности оказывается слишком сильным, чтобы человек был готов нести его в одиночку. Результатом этого является попадание управляющего компанией в «ловушку инсайдера». Как предотвратить попадание руководителя в информационные ловушки, как быстрее из них выбраться? Почему управляющему каждой компании необходимо продумывать структуру движения информации внутри организации?

Каковы худшие результаты предпринимательских рисков: низких, допустимых, высоких и критических? Что выступает критерием указанной классификации рисков? И каковы типичные шаги фирмы по управлению риском?

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Таблица 8

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-1 Способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на основе знания (продвинутый уровень) экономического и управленческой теории, а также обобщения и критического анализа актуальных практик управления	1. Демонстрирует знания теории и практики управления, а также современных тенденций развития менеджмента как науки.	Знать: теоретические положения и ключевые концепции всех разделов микроэкономики и макроэкономики, направления развития экономической науки, основные закономерности функционирования современной экономики для формирования мировоззренческой позиции в профессиональной деятельности, обобщения и критического анализа актуальных практик управления бизнесом Уметь: использовать методы теоретического анализа экономики на различных этапах её развития; анализировать дискуссионные моменты применения инструментов экономической политики для выявления	<i>Задание 1</i> Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» определяет: «Техническое регулирование — правовое регулирование отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, а также в области установления и применения на добровольной основе требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг и правовое регулирование отношений в области оценки соответствия». Может ли данное техническое регулирование составлять барьер входа фирмы на рынок? <i>Задание 2</i> Супермаркет (<i>supermarket</i> , «сверхрынок») — крупный универсам по продаже полного ассортимента ✓ продуктов питания и напитков ✓ предметов домашнего хозяйства (мыла, порошки для стирки и мойки посуды, предметов санитарии и гигиены, бумажных изделий, книг в бумажных обложках, комнатных цветов и растений, продуктов для домашних животных, автомобильных товаров, игрушек, открыток, косметики, посуды, лекарств, бытовой техники и т. п.) — разные цены, размеры, скорости реализации. Задача менеджера — упростить данную сложную ситуацию — выбрать адекватную переменную — длину прилавка и взглянуть на супермаркет как на однопродуктовую фирму, «продающую» длину прилавка. Предельный доход супермаркета будет зависеть от торговой наценки (части цены товара), которая достается супермаркету и от скорости реализации товаров. Какие решения вы приняли бы для оптимизации ассортимента данного супермаркета?

		современных тенденций развития менеджмента как науки	<p style="text-align: right;"><i>Задание 3</i></p> <p>Известно, что на современном этапе инвестиции в ИТ для компании, с одной стороны — вынужденная мера, с другой — стратегическое решение, нацеленное на создание устойчивого конкурентного преимущества. Информационные технологии помогают реализовать традиционные преимущества фирмы и создать (выявлять) новые, но для этого необходимы три условия: налаживание активного сотрудничества с ИТ-фирмой; выбор адекватной ИТ-системы; понимание целей реинжиниринга.</p> <p>Как вы думаете, инновационная конкуренция в современном мире усиливается или ослабляется?</p> <p>Усиливаются или ослабляются внешние и сетевые эффекты в современной инновационной конкуренции?</p> <p>Какие факторы инновационной конкуренции преобладают в современных условиях?</p> <p>Как вы думаете, с чем это может быть связано?</p>																				
	2. Обладает умением выявлять необходимость изменений в социально-экономических системах и организовывать реализацию таких изменений.	<p>Знать: современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных из различных источников экономической, социальной, управленческой информации для планирования текущих и долгосрочных финансовых целей</p> <p>Уметь: сформулировать задачу и спрогнозировать ситуацию в зависимости от принятия того или иного решения для управления бизнесом в условиях риска и асимметрии информации</p>	<p style="text-align: right;"><i>Задание 1</i></p> <p>Специфическое знание о продукте или технологии выпуска продукта, позволяющее какой-либо фирме резко оторваться от конкурентов на рынке, называется:</p> <ol style="list-style-type: none">1. торговая марка2. награда за инновацию3. ключевая технология4. второстепенная инновация5. патент <p style="text-align: right;"><i>Задание 2</i></p> <p>Какое воздействие на инновационную деятельность оказывают налоги?</p> <p style="text-align: right;"><i>Задание 3</i></p> <p>Каким образом транзакционные издержки рынка влияют на промышленные инновации?</p> <p style="text-align: right;"><i>Задание 4</i></p> <p>Какие виды защиты от имитации, на ваш взгляд, являются наиболее эффективными? Наименее эффективными? Почему последние все-таки продолжают использоваться фирмами на рынках?</p>																				
	3. Критически оценивает и обобщает имеющиеся теоретические концепции, подходы и управленческие практики	<p>Знать: современные методы экономического анализа</p> <p>Уметь: проводить научные исследования в профессиональной сфере, применять концептуальный и теоретический инструментальный анализа экономики</p>	<p style="text-align: right;"><i>Задание 1</i></p> <p>Проанализируйте условный пример формирования стоимости привлечения капитала для трех необходимых объемов денежных средств: в 10 млн. руб., 20 млн. руб. и 30 млн. руб. За счет каких источников могут быть профинансированы суммы в 10, 20 и 30 млн руб.? Какой вывод вы сделаете о средней стоимости привлечения капитала?</p> <table border="1"><thead><tr><th rowspan="2">Источник финансирования</th><th colspan="2">10 млн руб.</th><th colspan="2">20 млн руб.</th><th colspan="2">30 млн руб.</th></tr><tr><th>Сумма, млн</th><th>%</th><th>Сумма, млн</th><th>%</th><th>Сумма, млн</th><th>%</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></tbody></table>	Источник финансирования	10 млн руб.		20 млн руб.		30 млн руб.		Сумма, млн	%	Сумма, млн	%	Сумма, млн	%							
Источник финансирования	10 млн руб.		20 млн руб.		30 млн руб.																		
	Сумма, млн	%	Сумма, млн	%	Сумма, млн	%																	

		хозяйствующего субъекта, проводить сравнительный анализ эффективности разных научных подходов	<table><tr><td></td><td>руб.</td><td></td><td>руб.</td><td></td><td>руб.</td><td></td></tr><tr><td>Амортизация и прибыль</td><td>8</td><td>10</td><td>8</td><td>10</td><td>8</td><td>10</td></tr><tr><td>Кредиты</td><td>1</td><td>15</td><td>4</td><td>15</td><td>14</td><td>15</td></tr><tr><td>Размещение акций</td><td>1</td><td>12</td><td>8</td><td>12</td><td>8</td><td>12</td></tr><tr><td>Всего</td><td>10</td><td>10,7</td><td>20</td><td>11,8</td><td>30</td><td>12,9</td></tr></table> <p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>Чьи интересы, на ваш взгляд, среди экономических субъектов фирмы выражает следующая фраза: «Корпорациям нельзя разрешать заниматься благотворительной деятельностью. Сумма благотворительных взносов должна быть перечислена в фонд распределяемой прибыли?»</p>		руб.		руб.		руб.		Амортизация и прибыль	8	10	8	10	8	10	Кредиты	1	15	4	15	14	15	Размещение акций	1	12	8	12	8	12	Всего	10	10,7	20	11,8	30	12,9
	руб.		руб.		руб.																																	
Амортизация и прибыль	8	10	8	10	8	10																																
Кредиты	1	15	4	15	14	15																																
Размещение акций	1	12	8	12	8	12																																
Всего	10	10,7	20	11,8	30	12,9																																
ПКН-5 Способность обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты и участвовать в распространении экономических и управленческих знаний	1.Реализует способность организовывать проведение современных научных исследований в таких научных областях как экономика и управление.	<p>Знать: методы и приемы анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей</p> <p>Уметь: анализировать основные социально-экономические явления; применять различные концепции экономической науки и использовать современные методы решения управленческих и ситуационных задач</p>	<p style="text-align: center;"><i>Задание 1</i></p> <p>В «Евродиснее» (Франция) плата за вход составляет 150 евро для взрослого и 100 евро для ребенка. При этом все аттракционы являются бесплатными. Известно, что максимальная цена одного аттракциона в Париже составляет 0,50 евро.</p> <p>Найдите функцию совокупного спроса на аттракционы в «Евродиснее» при условии, что она выражается линейно (предельные издержки на аттракционы считать равными нулю).</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>Спрос фирмы-монополиста определяется следующим образом: $QD = 100 - P$. Фирма выпускает свою продукцию на нескольких заводах. Издержки каждого из заводов равны: $TC(qi) = qi^2 + 2qi + 16$.</p> <p>1) Найдите все виды издержек каждого завода. 2) Чему будет равен оптимальный выпуск фирмы? 3) Какую цену назначит фирма на свою продукцию? 4) Какое число заводов максимизирует совокупную прибыль фирмы?</p> <p>Правительство вводит количественный налог в размере $t = 1$ с каждой проданной единицы товара фирмы — монополиста. 5) Как изменится поведение каждого завода в краткосрочном и в долгосрочном периодах? 6) Какое количество заводов теперь будет оптимальным для фирмы?</p> <p>В следующем году вместо количественного налога правительство вводит паушальный налог в размере $T = 9$ на каждый завод фирмы. 7) Как изменится равновесная цена фирмы? 8) Какое количество заводов теперь будет у фирмы?</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 3</i></p> <p>Что собой представляет «проблема сетевых эффектов»? Как бы вы определили сетевые эффекты и охарактеризовали рынки, для которых имеет место сильный сетевой эффект? Каковы результаты сетевых эффектов для инновационных отраслей и экономики в целом? Приведите примеры прямых и косвенных сетевых эффектов из практики открытий и инноваций в различных отраслях экономики.</p>																																			

			<p style="text-align: right;"><i>Задание 4</i></p> <p>Как вы считаете, каким образом аналитик рынка может обнаружить наличие стратегических барьеров входа на конкретном рынке?</p>
2. Владеет навыками публичных выступлений и презентаций по тематике, связанной с экономикой и управлением.	<p>Знать: основы ораторского искусства, основные способы и методы коммуникативного воздействия на аудиторию для формирования у нее определенных моделей поведения</p> <p>Уметь: демонстрировать аудитории поведение менеджеров, управляющих бизнесом, которые пользуются у нее доверием и авторитетом</p>	<p style="text-align: right;"><i>Задание 1</i></p> <p>Раскройте роль инноваций как фактора экономического роста. Что, по вашему мнению, препятствует переходу России к инновационной модели экономики? Выскажите свои предложения по решению данной проблемы. Оформите ваше выступление в виде презентации.</p> <p style="text-align: right;"><i>Задание 2</i></p> <p>Антимонопольный орган страны X установил, что фирма, являющаяся монополией на данном рынке, производит 100 тыс. шт. товара в неделю. При этом ее цена завышена на 10%, а выпуск занижен на 25% по сравнению с условиями свободной конкуренции.</p> <p>Каковы чистые потери благосостояния от монополии на данном рынке, если предельные издержки выпуска постоянны и составляют 10 тыс. ден. ед.?</p>	
3. Использует навыки подготовки и планирования выступления, привлечения, удержания и выбора правильного стиля взаимодействия с аудиторией.	<p>Знать: структуру выступления, принципы логической подачи материала, правила построения аргументации, способы обращения к интересам слушателей, аргументации точки зрения менеджмента компании</p> <p>Уметь: осуществлять поиск информации, необходимой для планирования и подготовки выступления по тематике, связанной с экономикой и управлением бизнесом</p>	<p style="text-align: right;"><i>Задание 1</i></p> <p>Если производитель закрепил за собой репутацию продавца высококачественного товара – не будет ли у него в последующий период стимулов к оппортунистическому поведению? Задайте этот вопрос аудитории. Выясните, к какому ответу склоняется большинство присутствующих? Почему?</p> <p style="text-align: right;"><i>Задание 2</i></p> <p>На одной из гонок в рамках соревнования «Формула-1», проходившего в Малайзии, победитель гонок – команда «Ferrari» - была дисквалифицирована, поскольку ширина новых дефлекторов (аэродинамических элементов ее нового болида) отличалась от регламентированной почти на 10 мм (что и позволило ей получить выигрыш в скорости болида). Как вы думаете, стратегия Ferrari является типичным примером горизонтальной или вертикальной продуктовой дифференциации?</p> <p style="text-align: right;"><i>Задание 3</i></p> <p>Допустим, укоренившаяся на рынке фирма - крупный лидер сталкивается с угрозой входа на рынок фирмы – конкурента. Для ответа на вопрос, какие ситуации могут сложиться на рынке, используется схема дерева игры, которая демонстрирует так называемое равновесие Нэша. Равновесие Нэша – это -</p> <ul style="list-style-type: none">а) тип игры двух и более игроков, в котором ни один участник не может увеличить выигрыш, изменив свое решение в одностороннем порядке, когда другие участники не меняют решениеб) совокупность стратегий, которые используют все участники игрыв) тип игры, который дает возможность определить совокупность выигрышей участников игрыг) тип игры, который позволяет определить, будет ли укоренившаяся фирма перед угрозой входа на	

			<p>рынок конкурента использовать такой вид стратегического поведения, как повышение издержек конкурентов</p> <p>д) тип игры, который предполагает прямые методы вмешательства укоренившейся фирмы в процесс производства и продажи продукции конкурента</p>
<p>УК-1</p> <p>Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегий действий</p>	<p>1. Использует методы абстрактного мышления, анализа информации и синтеза проблемных ситуаций, формализованных моделей процессов и явлений в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <p>Основные признаки методов абстрактного мышления, анализа и синтеза эмпирического материала, их роль в построении формализованных моделей управления бизнесом</p> <p>Уметь: с учетом вида деятельности, специфики и структуры компании быстро находить и обобщать необходимую информацию, редактировать ее и вносить изменения согласно специфике работы компании</p>	<p><i>Задание 1</i></p> <p>Назовите основные предпосылки, необходимые для современного экономического анализа. С какими из них Вы не выразили бы согласия?</p> <p><i>Задание 2</i></p> <p>Предположим, что спрос на конкурентном рынке равен:</p> $P = 100 - 2Q$ <p>и что текущие предельные издержки производства постоянны и составляют 60 ден.ед. Теперь предположим, что в результате инновации предельные издержки удастся снизить до 40 ден.ед.</p> <p>А) Докажите, что это незначительная (некардинальная) инновация.</p> <p>Б) Определите, насколько нововведение должно было снизить предельные издержки, чтобы данную инновацию можно было отнести к кардинальной?</p> <p>В) Какова прибыль инноватора в этих двух случаях?</p> <p><i>Задание 3</i></p> <p>Вам предлагают закончить ускоренный шестимесячный курс магистратуры. Занятия проходят три раза в неделю и занимают все вечера. В результате ваша заработная плата в период обучения уменьшается на 1250 долл. в месяц. Стоимость обучения равна 1000 долл. в месяц. Причем вы должны оплатить обучение сразу перед его началом. После окончания магистратуры полученные навыки помогут вам в работе, в результате чего ваша заработная плата возрастет на 2000 долл. в год в последующие 10 лет, которые вам осталось работать до пенсии. Ставка ссудного процента равна 8%.</p> <p>Стоит ли обучаться в магистратуре? Обоснуйте свой ответ расчетами.</p>
	<p>2. Демонстрирует способы осмысления и критического анализа проблемных ситуаций</p>	<p>Знать:</p> <p>современные методы экономического анализа</p> <p>Уметь: проводить научные исследования в профессиональной сфере, применять концептуальный и теоретический инструментарий для осмысления критического анализа проблемных ситуаций с целью успешного их разрешения</p>	<p><i>Задание 1</i></p> <p>Современные исследования показывают, что обсуждения в группах (мозговой штурм) являются менее эффективными, чем единоличное принятие решения. Как вы думаете, почему?</p> <p><i>Задание 2</i></p> <p>О каком рынке (или каких рынках) идет речь в этом аналитическом отрывке?</p> <p>«Молоко — это полезный и важный продукт питания, и рынок молока — это один из важнейших российских продовольственных рынков. Молоко и молочные продукты составляют около 15% минимального набора продуктов, необходимых человеку.</p> <p>Производство молока в мире выросло и составляет сейчас примерно 675 млн т в год. Движущей силой в отрасли становятся хорошая продуктивность и высокие мировые цены. Это относится к развитым и развивающимся странам. В некоторых странах этой группы рост производства очень высок — 8% в Аргентине, 18% — в Китае, 3% — в Бразилии, 3% — в Индии.</p> <p>Доля ЕС в мировой торговле молочными продуктами</p>

			постоянно сокращается. В конечном счете, ЕС может уступить Новой Зеландии свои позиции крупнейшего экспортера молочной продукции в количественном выражении».																																				
5. Предлагает нестандартное решение проблем, новые оригинальные проекты, вырабатывает стратегию действий на основе системного подхода.	<p>Знать: источники информации по экономическому развитию хозяйствующих субъектов России</p> <p>Уметь: с учетом вида деятельности, специфики и структуры компании быстро находить и обобщать необходимую информацию для разработки новых оригинальных проектов, редактировать ее и вносить изменения в стратегию компании на основе использования обобщенной информации и системного подхода</p>	<p style="text-align: center;"><i>Задание 1</i></p> <p>По расчетам ФАС России, на территории пяти федеральных округов (Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Уральский) группа «Евроцемент» производит более 50% цемента.</p> <p>Можно ли на основании данной информации отнести компанию «Евроцемент» к доминирующей фирме?</p> <p>Какая еще информация вам необходима для того, чтобы принять компетентное решение?</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>Компания «Sony» продавала электронику (в частности, телевизоры) на рынке США по более низким ценам, чем на своем национальном японском рынке. Американские компании обвинили «Sony» в демпинге и подали на нее в суд.</p> <p>Как бы вы установили — это демпинг или нормальная конкурентная практика ценообразования на рынке?</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 3</i></p> <p>Оцените степень риска предприятия, собирающегося выходить на рынок с новым товаром. Оцените целесообразность этого решения:</p> <table><tr><th>Показатель</th><th>2021 г.</th></tr><tr><td>1. Оборотные средства</td><td>261,2</td></tr><tr><td>2. Материалы и продукты питания</td><td>15,4</td></tr><tr><td>3. МБП</td><td>18,5</td></tr><tr><td>4. Текущая задолженность</td><td>55,3</td></tr><tr><td>5. Уставный капитал</td><td>160,2</td></tr><tr><td>6. Паевой капитал</td><td>450,1</td></tr><tr><td>7. Дополнительно вложенный капитал</td><td>23,5</td></tr><tr><td>8. Резервный капитал</td><td>-</td></tr><tr><td>9. Объем продаж</td><td>47,3</td></tr><tr><td>10. Цена за ед. (руб.)</td><td>230,2</td></tr><tr><td>11. Прибыль от реализации ОПФ</td><td>43,2</td></tr><tr><td>12. Необоротные активы</td><td>155,2</td></tr><tr><td>13. Векселя полученные</td><td>97,5</td></tr><tr><td>14. Дебиторская задолженность за товары, работы, услуги</td><td>125,2</td></tr><tr><td>15. Дебиторская задолженность по расчетам</td><td>21,4</td></tr><tr><td>16. Текущие финансовые инвестиции</td><td>19,1</td></tr><tr><td>17. Расходы будущих периодов</td><td>30,4</td></tr></table> <div>$\sum_{n=1}^6 K_p$<p>Допустим, P – степень риска, $P = \frac{1}{\sum_{n=1}^6 K_p}$. K_p – показатель риска, рассчитанный по 6-ти показателям: коэффициент ликвидности; коэффициент капитала; коэффициент валовой прибыли; коэффициент рентабельности производства; коэффициент рентабельности активов; коэффициент эффективности оборотных средств.</p></div>		Показатель	2021 г.	1. Оборотные средства	261,2	2. Материалы и продукты питания	15,4	3. МБП	18,5	4. Текущая задолженность	55,3	5. Уставный капитал	160,2	6. Паевой капитал	450,1	7. Дополнительно вложенный капитал	23,5	8. Резервный капитал	-	9. Объем продаж	47,3	10. Цена за ед. (руб.)	230,2	11. Прибыль от реализации ОПФ	43,2	12. Необоротные активы	155,2	13. Векселя полученные	97,5	14. Дебиторская задолженность за товары, работы, услуги	125,2	15. Дебиторская задолженность по расчетам	21,4	16. Текущие финансовые инвестиции	19,1	17. Расходы будущих периодов	30,4
Показатель	2021 г.																																						
1. Оборотные средства	261,2																																						
2. Материалы и продукты питания	15,4																																						
3. МБП	18,5																																						
4. Текущая задолженность	55,3																																						
5. Уставный капитал	160,2																																						
6. Паевой капитал	450,1																																						
7. Дополнительно вложенный капитал	23,5																																						
8. Резервный капитал	-																																						
9. Объем продаж	47,3																																						
10. Цена за ед. (руб.)	230,2																																						
11. Прибыль от реализации ОПФ	43,2																																						
12. Необоротные активы	155,2																																						
13. Векселя полученные	97,5																																						
14. Дебиторская задолженность за товары, работы, услуги	125,2																																						
15. Дебиторская задолженность по расчетам	21,4																																						
16. Текущие финансовые инвестиции	19,1																																						
17. Расходы будущих периодов	30,4																																						

			$P = 0...1$ – невозможность выполнять обязательства и нормально функционировать; $P = 1...30$ – высокая степень риска выхода на рынок с новым товаром; $P = 31...55$ – умеренно высокая степень риска выхода на рынок с новым товаром; $P = 56...76$ – умеренно низкая степень риска выхода на рынок с новым товаром с минимальными затратами; $P = 77...100$ – низкая степень риска выхода на рынок с новым товаром с минимальными затратами и быстрой окупаемостью.
УК-7 Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты	1. Применяет методы прикладных научных исследований.	<p>Знать: методы прикладных научных исследований и оценки их результатов</p> <p>Уметь: проводить научные исследования, оценивать их результаты для повышения эффективности в решении управленческих и ситуационных задач</p>	<p style="text-align: center;"><i>Задание 1</i></p> <p>На рынке поддержанных автомобилей присутствуют автомобили высокого качества по цене продавца 1000 ден. ед. и автомобили низкого качества по цене продавца 500 ден. ед. Известно, что покупатель готов заплатить за поддержанный автомобиль высокого качества 700 ден. ед., а хорошего — 1300 ден. ед.</p> <p>Существует вероятность, что рынок поддержанных автомобилей может исчезнуть. Однако государство не заинтересовано в этом.</p> <p>Определите, какую минимальную долю продавцов автомобилей высокого качества должно поддерживать государство, при котором рынок автомобилей будет существовать, и оцените правильность предположения.</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>Рыночный спрос описывается уравнением: $P = 100 - (q_1 + q_2)$, где q_1 - выпуск укоренившейся фирмы (старожила), а q_2 - потенциальный выпуск входящей в отрасль фирмы. Функция общих издержек укоренившейся на рынке фирмы равна: $C(q_1) = 40q_1$, а функция фирмы-новичка составляет: $C(q_2) = 100 + 40q_2$, где 100 - затраты на вход в отрасль. Фирма-новичок наблюдает уровень выпуска укоренившейся фирмы, предполагая, что таким выпуск будет оставаться и дальше.</p> <p>Определите, каков минимальный уровень выпуска укоренившейся фирмы, удерживающий фирму-новичка от входа в отрасль?</p>
	2. Самостоятельно изучает новые методики и методы исследования, в том числе в новых видах профессиональной деятельности.	<p>Знать: новые методики и методы прикладных научных исследований, в том числе в новых видах профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: самостоятельно изучить новые методики и методы прикладных научных исследований и проводить новые исследования в целях расширения имеющихся и получения <i>новых</i> знаний и проверки научных гипотез</p>	<p style="text-align: center;"><i>Задание 1</i></p> <p>Дерево решений: возможность выхода на рынок с новым продуктом</p> <p>Известно, что результаты нейтрального риска менеджер может обобщить в виде дерева решений (decision tree), которое схематически показывает все возможные исходы и вероятности</p>

		потез	<p>Сравните возможные исходы для каждого из «маршрутов» карты и выберете, на ваш взгляд, самый прибыльный. Какие показатели и расчеты лежат в основе вашего решения?</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>В отрасли одна крупная фирма-лидер и группа аутсайдеров. Предложение аутсайдеров: $Q_A^S = -1 + 2P$. При цене $P = 13$ фирмы-аутсайдеры полностью удовлетворяют отраслевой спрос без лидера. В отрасли установилось равновесие: при $P = 10$; $Q = 28$.</p> <p>А) Выведите функцию отраслевого спроса и функцию спроса на продукцию фирмы-лидера.</p> <p>Б) Рассчитайте общий объем продаж и объем продаж фирмы-лидера при цене $P = 10$.</p>
	3. Выдвигает самостоятельные гипотезы.	<p>Знать: методологию и методику научных исследований, как сформулировать цель и задачи исследования</p> <p>Уметь: планировать и проводить эксперименты, обрабатывать полученную информацию, систематизировать новые знания и выдвигать самостоятельные гипотезы</p>	<p style="text-align: center;"><i>Задание 1</i></p> <p>Золотодобывающая промышленность России до последнего времени не могла похвастаться высокими доходами. Причина - информационная ловушка прошлого опыта.</p> <p>В чем суть информационных ловушек менеджера?</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>Как вы думаете, если бы в отрасли не было патентов, расходы на НИОКР были бы больше или меньше оптимального для экономики? Что лучше, с точки зрения достижения оптимального уровня расходов на НИОКР, патенты или другие методы, такие, как: премии, научные гранты, исследовательские контракты, венчурные фирмы?</p> <p>Почему вы так думаете? Каков оптимальный срок патента для оптимального решения дилеммы между положительными и отрицательными последствиями патентов?</p> <p style="text-align: center;"><i>Задание 3</i></p> <p>Вы должны определить величины транзакционных издержек и издержек по контролю для нефтяной компании.</p> <p>Какие вопросы Вы как менеджер зададите (и кому), чтобы получить информацию, необходимую для принятия решения?</p> <p>Каким, по Вашим прогнозам, могут (или должны) оказаться значения этих величин? Что бы Вы предложили, чтобы снизить эти издержки?</p>
	4. Оформляет результаты исследований в форме аналитических записок, докладов и научных статей.	<p>Знать: основные требования, предъявляемые к оформлению аналитических записок, научных докладов и статей</p> <p>Уметь: обработать данные, необходимые для решения поставленных экономических задач, выявить конкурентные</p>	<p style="text-align: center;"><i>Задание 1</i></p> <p>Вы решили организовать свой магазин по продаже компьютеров и нужно принять решение об объеме закупок. Если Вы закажете 1 тыс. компьютеров, то цена одного составит 7 тыс. рублей. Если вы закажете 500 компьютеров, то цена одного составит 8 тыс. руб. В любом случае Вы будете продавать компьютеры по 10 тыс. руб. Однако Вы не имеете точной информации об объеме сбыта. С одинаковой степенью вероятности Вы можете продать как 500 штук, так и 1 тыс. штук. Причем нереализованная часть компьютеров может быть возвращена поставщику, но по цене на 40% ниже первоначальной.</p> <p>Определите, сколько вы будете готовы заплатить за обладание полной информацией о возможных объемах сбыта компьютеров, чтобы точно определить размеры</p>

		преимущества компании	закупок.															
			<p style="text-align: center;"><i>Задание 2</i></p> <p>Рынок представлен двумя кинотеатрами: «Космос» и «Октябрь». На основе нижеприведенной матрицы, в которой представлены стратегии поведения кинотеатров и соответствующие им суммы ежедневной прибыли в тыс. руб., ответьте на вопросы и обоснуйте ответ.</p> <p>А) Если кинотеатр «Октябрь» выберет стратегию понижения цены, что предпочтет «Космос»: понизить или повысить цену?</p> <p>Б) Есть ли доминантная стратегия у кинотеатра «Октябрь»? Если есть, то какая?</p> <p>В) Если оба кинотеатра обладают информацией о прибыли конкурента в зависимости от своего поведения и не кооперируются, какова будет сумма ежедневной прибыли кинотеатра «Космос»?</p> <p>Г) Перерисуйте матрицу с условием, что государство дает субсидию в размере 50 тыс. руб. любому кинотеатру, если он снижает цену на билет.</p> <p>Д) Изменятся ли тогда стратегии кинотеатров, приводящие их к равновесию на рынке?</p>															
			<table> <tr> <td colspan="2"></td><th colspan="2">«Космос»</th></tr> <tr> <td colspan="2"></td><th>Повысить цену</th><th>Понизить цену</th></tr> <tr> <th rowspan="2">«Октябрь»</th><th>Повысить цену</th><td>800, 700</td><td>750, 650</td></tr> <tr> <th>Понизить цену</th><td>550, 450</td><td>500, 600</td></tr> </table>			«Космос»				Повысить цену	Понизить цену	«Октябрь»	Повысить цену	800, 700	750, 650	Понизить цену	550, 450	500, 600
		«Космос»																
		Повысить цену	Понизить цену															
«Октябрь»	Повысить цену	800, 700	750, 650															
	Понизить цену	550, 450	500, 600															

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Фирма: границы, цели, производственная и технологическая структура. Производственная функция и аксиомы производственного выбора.
2. Стратегия фирмы как сознательное, целенаправленное поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Параметры стратегического поведения фирмы.
3. Эволюция взглядов экономистов на природу, функции и механизм реализации функций фирмы. Основные теории (концепции) фирмы: технологическая, контрактная и стратегическая концепции.
4. Современная фирма как менеджериальная компания. Максимизация объемов продаж и темпов роста фирмы. Взаимоотношения в рамках модели «принципал-агент». Ограничения на недобросовестное поведение менеджеров.
5. Многопродуктовая фирма: совместный выпуск продукции. Многопродуктовая фирма: альтернативный выпуск продукции.
6. Поведение самоуправляемой фирмы: выбор оптимальной занятости, Реакция менеджера фирмы на изменение цены товара, рост цены капитала.
7. Особенности выбора некоммерческой организации и государственного предприятия. Способы гармонизации конфликтующих целей.
8. Обобщенные принципы применения правила $MR=MC$ для многопродуктовой, многозаводской и мультирыночной фирмы.
9. Неравновесные состояния рынка. Неравновесие и недостаток информации. Использование неравновесных и равновесных ситуаций в деятельности экономиста-практика. Менеджер как субъект установления равновесия.
10. Государственное вмешательство в процессы рыночного ценообразования: реакция менеджера. Поведение менеджера при установлении «потолка цены» и «пола цены».

11. Распределение налогового бремени - тяжесть косвенного налога для фирмы, управляемой менеджером. Поведение менеджера при введении новых налогов в условиях различной эластичности спроса и предложения.

12. Современный рынок: структура рынка с экономической точки зрения. Границы рынка. Географически ограниченный рынок – критерии выделения. Оценка менеджером рынка товаров, производимых фирмой.

13. Неполнота информации об уровне спроса на продукцию фирмы. Этапы оценки объема спроса. Пассивные и активные методы сбора информации. Специальные усилия менеджера по получению необходимых сведений об уровне спроса.

14. Общий принцип управления величиной спроса: оптимальное использование контролируемых стратегических переменных; влияние на частично поддающиеся воздействию переменные; прогнозирование развития неконтролируемых переменных.

15. Трансформационные издержки, организационные издержки и издержки контроля. Концепции издержек в зависимости от метода оценки затрат ресурсов: бухгалтерские издержки и издержки упущенных возможностей.

16. Концепция бухгалтерских издержек - оценка менеджером коммерческой деятельности фирмы. Недостатки бухгалтерского метода. Концепция альтернативных издержек или издержек упущенных возможностей.

17. Бухгалтерский и экономический подходы оценки ресурсов в практике управления бизнесом. Необратимые издержки как издержки входа на рынок: экзогенные и эндогенные издержки.

18. Принцип нулевой экономической прибыли и его значение для практической деятельности предприятия.

19. Переменные, постоянные, совместные, предельные, средние переменные издержки. Основные проблемы практического управления издержками фирмы.

20. Концепция временного горизонта: изменения уровня издержек и прибыли при изменении временного горизонта. Учет эффекта временного горизонта в предпринимательской практике.

21. Основные проблемы практического управления издержками в условиях неполной информации.

22. Графики валовых издержек и валовых доходов, средних издержек и средних доходов. Анализ критических точек и его использование в управлении фирмой.

23. Анализ критических точек в управлении фирмой. Критический объем производства. Операционная маржа.

24. Необходимость применения анализа критических точек в процессе управления фирмой. Графическая и алгебраическая интерпретация критических точек.

25. Использование анализа критических точек в управлении фирмой: определение целевых параметров производства и реализации продукта, формирование ассортимента на многопродуктовой фирме, выбор технологии производства.

26. Рутины как информационный тезаурус фирмы. Роль рутин в деятельности фирмы. Управление рутинami.

27. Закономерности спроса на однотипные товары, их последствия для практики ценообразования.

28. Закономерности спроса на дифференцированные товары, их последствия для практики ценообразования.

29. Предпринимательская бдительность в трактовке неоавстрийской школы. Концепция «чистого предпринимателя».

30. Информация как ресурс. Информационная асимметрия и рынок «лимонов».

31. Способы устранения информационной асимметрии и предотвращение фиаско рынка с помощью гарантий, брендов, сертификатов, судебной защиты потребителя.

32. Информация и бизнес. Информационные ловушки менеджера. Ловушка инсайдера.

33. Риск и неопределенность. Основные методы снижения риска.

34. Роль контрактов в снижении риска. Саморегулирующие контракты. Отношенческий контракт, его обеспечение и применимость.
35. Управление риском (выбор уровня, распределение, объединение)
36. Управление риском: типичные шаги фирмы по управлению риском.
37. Управление риском и предпринимательская бдительность.
38. Инкрементальный анализ. Правило максимизации прибыли при инкрементальном анализе.
39. Инкрементальный анализ. Модификация правила максимизации прибыли в рамках инкрементального анализа.
40. Продукт как экономическая переменная. Качество как многомерная переменная. Оптимизация качества товара и степени дифференциации ассортимента.
41. Принципы управления спросом на продукцию фирмы.
42. Монополистические преимущества как стимул. Менеджер и краткосрочная монополия.
43. Предпосылки ценовой дискриминации и ее разновидности. Легальная дискриминация и ее использование фирмой.
44. Инвестиционный проект в широком и узком толковании, его стадии.
45. Инвестиционный проект: виды, методы выбора оптимального инвестиционного проекта.
46. Инвестиционный проект: оценка в условиях риска и неопределенности.
47. Дисконтирование. Приложение теории дисконтирования к производственным проектам, управлению собственностью, финансовым инвестициям. Процесс бюджетирования капитала фирмы.
48. Координация производственных ресурсов и несение риска как основные функции предпринимательства. Шумпетеровский и Кирцнеровский предприниматели.
49. Экономико-теоретическая сущность бренда и позиционирования товаров, их функции.
50. Сетевые экономические структуры. Особенности развития сетевого бизнеса в мировой практике и в условиях российской экономики.
51. Кластеры, аутсорсинг, сетевые компании, динамичные компании среднего бизнеса – «газели»: конкурентные преимущества.
52. Сетевые экономические структуры. Кластеры, аутсорсинг, сетевые компании.
53. Основные регулирующие силы экономической системы: государство, бизнес, общество: взаимодействие.
54. Макроэкономическое равновесие. Причины нарушения макроэкономического равновесия. Структурные кризисы.
55. Денежно-кредитная политика Банка России. Ключевая ставка.
56. Инфляция. Инфляция спроса и предложения. Является ли инфляция платой за политику полной занятости?
57. Инфляция. Эффект Фишера и отслеживание его фирмами для принятия и изменения управленческих бизнес-решений.
58. Как влияет введение пропорциональной шкалы налогообложения на неравенство в доходах? Является ли пропорциональная шкала налогообложения наиболее эффективной?
59. Рынок ценных бумаг. Операции с государственными облигациями на рынке ценных бумаг. Управление менеджером портфелем ценных бумаг фирмы.
60. Макроэкономический механизм вытеснения инвестиций при увеличении социальных трансфертов.
61. Проблема бедности в России. Влияние сокращения внутреннего спроса в России на бизнес-процессы фирмы.
62. Инновационный тип экономического роста в современной России. Использование бизнесом трудосберегающего типа научно-технического прогресса: показатели.
63. Глобализация мировой экономики: главные направления, риски. Транснациональные корпорации и банки.

Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Микроэкономика. Практический подход (Managerial Economics) : учебник / О.В. Карамова, М.А. Абрамова, В.Н. Сумароков [и др.] , под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова. — 8-е изд., стер. — Москва : КноРус, 2020. — 681 с. — (Бакалавриат и магистратура). — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/932096> (дата обращения: 11.05.2022). — Текст : электронный.

2. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник для студ. вузов, обуч. по экономич. спец. "Финансы и кредит", "Бух.учет, анализ и аудит", "Мировая экономика", "Налоги и налогообложение" / А.Г. Грязнова , Н.Н. Думная , М.А. Эскиндаров [и др.]; ; Финуниверситет ; под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова. - Москва: КноРус, 2015. - 640 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2021. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/938398> (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

3. Управленческая экономика : учебник и практикум для вузов / Е. В. Пономаренко. В.А. Исаев, О.Б. Дигилина [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Пономаренко, В. А. Исаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 216 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/469091> (дата обращения: 11.05.2022). — Текст : электронный.

4. Макроэкономика. Теория и российская практика: Учебник для студ., обуч. по эконом. спец. / А.Г. Грязнова, М.А. Эскиндаров, А.Ю. Юданов [и др.]; Финуниверситет ; под ред. А.Г. Грязновой, Н.Н. Думной. - Москва: Кнорус, 2016, 2017, 2019. - 675 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2021. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/936941> (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

5. Чеканский, А.Н. Управленческая экономика. Практика применения: Учебное пособие / А.Н. Чеканский, В.А. Коцоева, С.Е. Варюхин; Российская акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва: Дело, 2010, 2011. - 172 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2015. - ЭБС ZNANIUM.com. — URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/493525> (дата обращения: 11.05.2022). - Текст : электронный.

6. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник/ К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн ; пер. с англ. — 19-е изд. - Москва: ООО

"Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 1028 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/944318> (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

7. Олейник, А. Н. Институциональная экономика: учебное пособие / А.Н. Олейник - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020 - 416 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://new.znaniium.com/go.php?id=1052225>. (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

8. Макроэкономика: пособие для семинарских занятий / П.В. Арефьев, М.Я. Ачилова, Г.В. Будкевич [и др.] под ред. Р.М. Нуреева. – Москва : Норма: ИНФРА-М, 2019. – 384 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1006195> (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

9. Макроэкономика. Сборник задач и упражнений : учебное пособие для вузов / С. Ф. Серегина, А.В. Аносова, И.А. Ким [и др.] ; под редакцией С. Ф. Серегинной. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 184 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/468673> (дата обращения: 11.05.2022). - Текст : электронный.

10. Микроэкономика для бакалавров: логические схемы, тесты и задачи: Учебное пособие / О.А. Абелев, Л.В. Адамская, М.А. Алленых [и др.] ; под ред. С.А. Толкачева, А.Ю. Юданова, Г.А. Терской - Москва: КноРус, 2021 - 462 с. – ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://www.book.ru/book/938804>. (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

11. Микроэкономика: Практикум /Р.М. Нуреев, М.А. Алленых, М.Л. Альпидовская [и др.] ; Финуниверситет, Каф. экономич. теории ; под ред. Р.М. Нуреева. - Москва: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2016, 2018. - 352 с. – Текст : непосредственный. - То же. - 2018. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/949043>. (дата обращения: 11.05.2022). – Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно–телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Материалы по социально–экономическому положению и развитию в России. <http://www.finansy.ru>

2. Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы) – <http://www.cbr.ru>

3. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) – <http://www.rbc.ru>

4. Официальный сайт Правительства Российской Федерации – www.government.ru

5. Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации – <http://www.economy.gov.ru>

6. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – <http://www.minfin.ru>

7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации – <http://www.gks.ru>

8. Библиотека Либертариума («Moscow Libertarian Library (Russian)») – <http://libertarium.ru/library>

9. Институт экономических проблем переходного периода – <http://www.iet.ru>

Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Электронная библиотека (электронный читальный зал) Президентской библиотеки им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>

- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks
<http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley
<https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
- Annual Reviews
- Cambridge
- University Press
- The Institute of Physics (IOP) Publishing
- Nature
- Oxford University Press
- Royal Society of Chemistry
- SAGE Publications
- Science
- Taylor & Francis Group

Периодические издания (Журналы):

1. Вестник Финансового университета (<https://humanities.fa.ru/jour>)
2. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика
3. Вопросы экономики (<http://vopreco.ru>)
4. Банковское дело (<http://www.bankdelo.ru>)
6. Журнал экономической теории
7. Коммерсант (<http://www.kommersant.ru>)
8. Мир новой экономики
9. Мировая экономика и международные отношения (МЭ и МО)
(<http://www.imemo.ru>)
10. Проблемы теории и практики управления
11. Российский экономический журнал (РЭЖ)
12. Финансы
13. Финансы и кредит
14. Экономист
15. Экономические науки

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения практических занятий активно используются методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу.

При реализации дисциплины используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий:

- круглый стол (научная дискуссия);
- мозговой штурм (мозговая атака);
- метод проектов;
- работа в малых группах.

«Круглый стол» организуется следующим образом:

- 1) преподавателем формулируются вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему;
- 2) вопросы распределяются по подгруппам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки;
- 3) в ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности;
- 4) выступления специально подготовленных студентов обсуждаются и дополняются. Задаются вопросы, студенты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения.

«Научная дискуссия», как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др.

В основе «круглого стола» в форме **«дебатов»** организуемое как свободное высказывание, обмен мнениями по предложенному студентам тематическому тезису, эта форма «круглого стола» посвящена получению однозначного ответа на поставленный вопрос – «да» или «нет». Причем одна группа – утверждающие – является сторонниками положительного ответа, а другая группа – отрицающие – сторонниками отрицательного. Внутри каждой из групп могут образовываться 2 подгруппы, одна подгруппа – подбирает аргументы, а вторая – разрабатывает контраргументы. Участники дебатов приводят примеры, факты, аргументируют, логично доказывают, поясняют, дают информацию и т.д. Процедура дебатов не допускает личностных оценок, эмоциональных проявлений. Обсуждается тема, а не отношение к ней отдельных участников.

Метод мозгового штурма – оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых нереалистичных. После чего из числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Мозговой штурм – один из наиболее популярных методов стимулирования творческой активности. Используется для поиска нетрадиционных решений самых разнообразных задач при тупиковых или проблемных ситуациях.

Сущность метода заключается в том, что процесс выдвижения, предложения

идей отделен от процесса их критической оценки и отбора. При этом используются разнообразные приемы «включения» фантазии, для лучшего использования «чисто человеческого» потенциала в поиске решений.

Разбор ситуации – это изложение гипотетической ситуации, которое используется для анализа и обсуждения. Этот метод стимулирует дискуссии и обсуждения в группах, совместные поиски новых путей работы. Метод используется для обсуждения различных проблем, с которыми в типовой ситуации сталкиваются практически все гражданские служащие, и развивает навыки коллективной работы над разрешением и преодолением трудностей.

Этапы процесса: описание конкретной ситуации, детальное ознакомление с ситуацией; формулирование проблемы, которую надо разрешить и вопросов для обсуждения, подготовка к обсуждению и поиск путей решения проблемы; изложение подготовленных предложений или вариантов ответов на вопросы; обсуждение предложенных вариантов решений; обобщение результатов занятий и подведение итогов.

Кейс-метод – это способ рассмотреть реальную экономическую (управленческую) ситуацию. Предполагает анализ информации в изучаемом объекте, постановку проблемы, поиск решений, составление (отбор) предлагаемых путей решения проблемы, формирование цели в виде программы (действий). Данный метод привязывает дискуссию к реальным фактам, с которыми участникам игры в той или иной мере доведется иметь дело на практике. Деловая игра позволяет студентам осмыслить механизм и средство решения актуальных проблем, попробовать себя в роли менеджера, руководителя, ответственного за принятие решений. Кейс-метод не ограничивается лишь совместным обсуждением проблемы в учебной аудитории, предполагает реализацию следующих шагов:

- индивидуальную подготовку участников к обсуждению конкретной ситуации (сбор информации) по обсуждаемой проблеме;
- предварительное неформальное обсуждение кейс-ситуации в активной группе однокурсников;
- кейс-обсуждение под руководством преподавателя;
- письменная контрольная работа с использованием кейса.

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе и самостоятельной работы. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной литературой и выполнять дополнительные задания и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Слушатели могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания. В качестве оценочных средств используются тестовые задания.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень

необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

Windows Microsoft Office,

Антивирус Kaspersky

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>).

Справочная правовая система «Гарант» (<http://www.garant.ru>).

Информационно-образовательный портал Финансового университета. - <http://portal.ufrf.ru>.

10.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации – не предусмотрено.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения обучения по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

- аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;

- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.