



BA 507

УПРАВЛЕНСКА ИКОНОМИКА

Приета: прот. № 8/02.03.2023г.

Лектор: проф. д-р Мария Нейчева

АНОТАЦИЯ

Курсът е предназначен за магистърски програми по икономически специалности. Разглежда се функционирането и ефективността на съвременните пазари, като учебното съдържание се фокусира върху поведението на фирмата с пазарна сила. Дискутират се и други важни аспекти като икономически и социални последици от несъвършената конкуренция, форми и ефекти на държавна намеса на пазарите. Акцент е поставен върху примерите от реалната икономическа действителност.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ И ИЗХОДНИ УЧЕБНИ РЕЗУЛТАТИ

Основна цел на дисциплината е да развие в практико-приложен аспект знанията на студентите относно пазарите с несъвършена конкуренция, на които функционират съвременните фирми. По-конкретно, студентите придобиват или задълбочават знанията си относно:

- пазарните структури, пазарното търсене и концепцията за еластичността
- икономическия подход към фирмените разходи и печалба
- моделите на стратегическо поведение и оптимални управленски решения на фирмата с пазарна сила

- приложението на теорията на игрите при вземане на стратегически решения

Дисциплината развива у студентите умения да:

- прилагат концепцията за алтернативната цена при определяне на икономическите разходи на фирмата
- прилагат маржиналния анализ и теория на игрите при взимане на управленски решения
- разпознават моделите на пазарна структура в даден отрасъл и да разграничават пазарен дял, пазарна концентрация и пазарна сила
- избират подходяща фирмена стратегия според пазарната структура и целите на фирмата

ПРЕДПОСТАВКИ

Изискване е студентите да са придобили базови познания за пазарното стопанство и фирмата. Това налага курсът да се предшества от фундаментални икономически дисциплини като макроикономика, микроикономика, управление, маркетинг.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно и дистанционно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Финанси	Задължителна	6	30	30		60	30			30
Счетоводство и контрол	Задължителна	6	30	30		60	30			30
Маркетинг	Избираема	6	30	30		60	30			30
Бизнес администрация (Стопанско управление)	Задължителна	6	30	30		60	30			30
Маркетинг и управление на туристическия бизнес	Задължителна	6	30	30		60	30			30
Международни икономически отношения	Задължителна	6	30	30		60	30			30
Управление на човешките ресурси и организационна психология	Задължителна	6	30	30		60	30			30
Авиационен мениджмънт	Задължителна	6	30	30		60	30			30

СЪДЪРЖАНИЕ

Тема 1. Предмет и основни понятия в управленската икономика

Предмет на управленската икономика. Видове пазарни структури. Ефективна и неефективна конкуренция. Основни хипотези и методология на курса

Тема 2. Фирмата: фирмени разходи и печалба. Оптимални решения

Доводи в подкрепа на избора на печалбата като цел на фирмения мениджмънт. Алтернативни цели на фирмата. Фирмени разходи: счетоводен срещу икономически подход. Оптимален капацитет

Тема 3. Пазар и пазарна структура

Пазар и елементи на пазарната структура: концентрация, пазарен дял, бариери за влизане в отрасъла. Фактори за пазарната структура. Пазарна структура и пазарен резултат: хипотези. Пазари с асиметрична информация

Тема 4. Анализ на търсенето

Индивидуално и пазарно търсене. Независимо и зависимо търсене. Еластичност на търсенето и приходи. Методи за извеждане на търсенето. Потребителски и пазарен излишък

Тема 5. Съвършена конкуренция и монопол

Монополно положение и монополна сила. Видове ефективност – статична и динамична ефективност, вътрешна и разпределителна ефективност, Х-неефективност. Сравнение между монопол и СК. Европейски политики за регулиране на монопола и монополната сила

Тема 6. Доминантна фирма

Условия за съществуване на доминантна фирма. Модели на доминантна фирма. Регулиране на доминантна фирма

Тема 7. Ценова дискриминация

Ценова дискриминация от първи, втори и трети род. Ефекти на ценовата дискриминация върху печалбата, ефективността и конкуренцията в отрасъла. Европейско законодателство срещу ценовата дискриминация

Тема 8. Силен олигопол: модели при липса на взаимодействие между фирмите

Характеристики на силния олигопол. Модели и оптимални решения при несъгласуван олигопол. Сравнение на моделите и ефективност

Тема 9. Съгласуван олигопол

Видове споразумения между фирмите и обуславящи фактори. Модел на картел. Фактори и политики за устойчивост на споразуменията. Ценово лидерство и други форми на негласни споразумения. Публични политики срещу споразуменията

Тема 10. Модели на стратегическо поведение

Продуктова диференциация, хищническо ценообразуване, ограничаване на навлизането

Тема 11. Теория на игрите и приложението ѝ при олигопол

Доминираща стратегия. Равновесие на Неш. Дилема на затворника. Динамични игри. Стратегия на ответния удар

Тема 12. Капиталово бюджетиране

Цена на капитала. Алтернативни методи за оценка на инвестиционни проекти

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

I. Редовно и задочно обучение: присъствени лекции и семинари, подпомагащо електронно обучение в Moodle среда, презентации, видеоматериали, практически казуси, задачи, тестове

II. Дистанционно обучение: Методите на обучение включват лекции и семинари, онлайн или присъствени консултации. Използват се ресурси за теоретична (само)подготовка под формата на тематични текстови (pdf) файлове, презентации, уроци. Практико-приложната подготовка се изгражда чрез електронни тестове, практико-приложни задачи, URL връзки към информационни източници. Планирани са учебни дейности като самостоятелно решаване на тестове и задачи, организиране на консултации чрез чат, форум и др., при необходимост присъствени занятия/аудиторни консултации.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

I. Редовно и задочно обучение: В началото на курса студентите се информират относно методите и критериите за оценяване. За студентите в редовна форма на обучение работата през семестъра се оценява с комплексна текуща оценка въз основа на полагаането на тест и курсова работа. Допуска се освобождаване от изпит въз основа на текущата оценка. Семестриалният изпит е тест.

II. Дистанционно обучение: В курса в платформата за електронно обучение студентите са информирани относно методите и критериите за оценяване. Планират се две дейности за текущо оценяване – тест и курсова работа. Допуска се освобождаване от изпит въз основа на текущата оценка. Семестриалният изпит е тест.

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Нейчева, М. Управленска икономика: електронен курс. платформа Мудъл, Бургаски свободен университет, 2022. <https://e-learn.bfu.bg/>.
2. Нейчева, М., Управленска икономика: учебно помагало. Флат, Бургас, 2019.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

3. Денева, А., Индуриална икономика. АИ Ценов, Свищов, 2013.
4. Ракарова, С., А. Еленкова, Пътеводител по икономика за мениджъри. Нов български университет, София, 2013.
5. Ракарова, С., А. Еленкова, Индуриална икономика. Нов български университет, София, 2012.

6. Besanko, D., D. Dranove, M. Shanley, S. Schaefer, Economics of Strategy. 7th Ed., Wiley & Sons, 2017.
7. Cabral, L., Introduction to industrial organization. PHI Learning Private Ltd., 2010.
8. De Jong, H., W. Shepherd, Pioneers of industrial organization. Edward Elgar Publishing, 2007.
9. Varian, H., R., Intermediate microeconomics with calculus: a modern approach. 2019, W.W.Norton and Company.
10. Allen, W. B., Weigelt, K., Doherty, N., Mansfield, E., Managerial Economics: Theory, Application and Cases, 8th Ed., W.W.Norton & Company, Inc., New York, 2012.
11. Pyndick, R., D. Rubinfeld, Microeconomics. 9th Ed., Prentice Hall, 2018.

Електронни ресурси:

12. Комисия за защита на конкуренцията, <https://www.cpc.bg>.
13. Национален статистически институт, www.nsi.bg
14. Евростат, <https://ec.europa.eu/eurostat>



ИЗПИТЕН ВЪПРОСНИК

ВА 507

УПРАВЛЕНСКА ИКОНОМИКА

Лектор: проф. д-р Мария Нейчева

1. Предмет и основни понятия в управленската икономика
2. Видове пазарни структури. Ефективна и неефективна конкуренция. Основни хипотези и методология на курса
3. Фирмата: фирмени разходи и печалба. Оптимални решения
4. Пазар и пазарна структура. Елементи и фактори на пазарната структура. Пазари с асиметрична информация
5. Индивидуално и пазарно търсене. Независимо и зависимо търсене. Еластичност на търсенето и приходи
6. Съвършена конкуренция и монопол. Монополно положение и монополна сила. Сравнение между монопол и СК. Европейски политики за регулиране на монопола и монополната сила
7. Ефективност: определение, видове, измерване
8. Доминантна фирма: условия за съществуване, модели и регулиране на доминантна фирма
9. Ценова дискриминация. Ефекти на ценовата дискриминация върху печалбата, ефективността и конкуренцията в отрасъла. Европейско законодателство срещу ценовата дискриминация
10. Силен олигопол. Модели и оптимални решения при несъгласуван олигопол. Сравнение на моделите и ефективност
11. Съгласуван олигопол. Модел на картел. Фактори и политики за устойчивост на споразуменията. Ценово лидерство и други форми на негласни споразумения. Публични политики срещу споразуменията
12. Стратегическо поведение: продуктова диференциация, хищническо ценообразуване, ограничаване на навлизането
13. Теория на игрите и приложението ѝ при олигопол
14. Капиталово бюджетиране

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Нейчева, М. Управленска икономика: електронен курс. платформа Мудъл, Бургаски свободен университет, 2022. <https://e-learn.bfu.bg/>.
2. Нейчева, М., Управленска икономика: учебно помагало. Флат, Бургас, 2019.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

3. Денева, А., Индустириална икономика. АИ Ценов, Свищов, 2013.

4. Ракарова, С., А. Еленкова, Пътеводител по икономика за мениджъри. Нов български университет, София, 2013.
5. Ракарова, С., А. Еленкова, Индустриална икономика. Нов български университет, София, 2012.
6. Besanko, D., D. Dranove, M. Shanley, S. Schaefer, Economics of Strategy. 7th Ed., Wiley & Sons, 2017.
7. Cabral, L., Introduction to industrial organization. PHI Learning Private Ltd., 2010.
8. De Jong, H., W. Shepherd, Pioneers of industrial organization. Edward Elgar Publishing, 2007.
9. Varian, H., R., Intermediate microeconomics with calculus: a modern approach. 2019, W.W.Norton and Company.
10. Allen, W. B., Weigelt, K., Doherty, N., Mansfield, E., Managerial Economics: Theory, Application and Cases, 8th Ed., W.W.Norton & Company, Inc., New York, 2012.
11. Pyndick, R., D. Rubinfeld, Microeconomics. 9th Ed., Prentice Hall, 2018.

Електронни ресурси:

12. Комисия за защита на конкуренцията, <https://www.cpc.bg>.
13. Национален статистически институт, www.nsi.bg
14. Евростат, <https://ec.europa.eu/eurostat>