

Nazwa przedmiotu	Organizacja rynku
Kod przedmiotu	2400-EPZU2OR
Profil studiów	ogólnoakademicki
Stopień studiów	drugi
Kierunek studiów	Ekonomia
Specjalność (jeśli dotyczy)	Ekonomia Przedsiębiorczości
Forma studiów	studia niestacjonarne zaoczne
Rok studiów	II
Semestr	zimowy
Liczba godzin	24
Forma/typ zajęć	wykład
Punkty ECTS	2
Rodzaj przedmiotu (przedmiot obowiązkowy / kierunkowy do wyboru / fakultatywny / seminarium)	obowiązkowy
Sposób realizacji przedmiotu (stacjonarny / zdalny / kurs internetowy / kurs realizowany metodą blended learning)	stacjonarny
Język wykładowy	polski
Wymagania formalne	Zaliczenie mikroekonomii konsumenta i producenta.
Założenia wstępne	brak
Skrócony opis przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z modelami zachowań przedsiębiorstw działających w warunkach niedoskonałej konkurencji. Podczas zajęć studenci analizują źródła siły rynkowej przedsiębiorstw oraz strategie prowadzące do umocnienia pozycji na rynku, w tym różnicowanie cen i produktów, blokowanie wejścia, zmonopolistyczną, kształtowanie kosztów zmiany dostawcy i efektów sieciowych. Kurs rozwija umiejętności teoretycznej i praktycznej analizy zjawisk rynkowych, procesu konkurencji oraz zachowań producentów. Studenci nabywają kompetencje w zakresie identyfikowania mechanizmów konkurencji niedoskonałej oraz oceny skutków różnych struktur rynkowych dla dobrobytu społecznego. Zajęcia łączą zagadnienia teoretyczne z licznymi przykładami praktycznymi w formie mini studiów przypadków i zadań obliczeniowych.
Treści kształcenia dla przedmiotu	Zakres tematów 1. Wprowadzenie do organizacji rynku Organizacja rynku jako dziedzina ekonomii; przypomnienie podstawowych pojęć mikroekonomicznych niezbędnych do analizy struktur rynkowych; definicja siły rynkowej oraz omówienie czynników ją ograniczających; miary koncentracji rynkowej, w tym indeks Lerner'a oraz wskaźnik Herfindahla-Hirschmana (HHI). 2. Firma dominująca i sprzedaż dobra trwałego Analiza struktury rynku z firmą dominującą i konkurencyjnym skrajem; rynek dóbr trwałych; twierdzenie Coase'a i jego implikacje. 3. Wprowadzenie do teorii gier

	Podstawy modelowania interakcji strategicznych; pojęcie równowagi Nasha i doskonałej równowagi Nasha; klasyczne modele oligopolu jako gry konkurencji rynkowej. 4. Modele konkurencji ze różnicowanym produktem Modele klasyczne i lokalizacyjne: model Bertanda, Hotellinga i Salopa; interpretacja różnicowania poziomego i pionowego. 5. Wejście na rynek i strategie odstraszenia Modele wejścia i sekwencji ruchów: model Stackelberga oraz model Dixita; analiza posunięć strategicznych w kontekście zniechęcania do wejścia 6. Zmowa monopolistyczna i stabilność kartelu Analiza modeli kartelowych: gry powtarzane Cournota i Bertranda; warunki trwałości zmowy cenowej. 7. Rynki sieciowe i cyfrowe Charakterystyka sektorów sieciowych: efekty sieciowe (network effects), koszty zmiany dostawcy (switching costs); rynki wielostronne (multi-sided) i platformy cyfrowe jako współczesne zagadnienia organizacji rynku
Przedmiotowe efekty uczenia się	Po ukończeniu przedmiotu, student: W ZAKRESIE WIEDZY: • Zna i rozumie pojęcie siły rynkowej oraz jej miary, a także ich związki z koncentracją rynku, elastycznością popytu, zyskami przedsiębiorstw i dobrobytem społecznym. • Zna i rozumie zaawansowane narzędzia teorii gier wykorzystywane w analizie konkurencji rynkowej, w tym gry jednoczesne, sekwencyjne i powtarzalne, oraz klasyczne modele oligopolu oparte na tych narzędziach. • Zna i rozumie współczesne modele konkurencji na rynkach oligopolistycznych, uwzględniające zróżnicowanie produktów, koszty zmiany dostawcy oraz efekty sieciowe, a także ich implikacje dla strategii firm, cen i dobrobytu społecznego. W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI: • Potrafi analizować strukturę rynku oraz stopień siły rynkowej przedsiębiorstw, w tym obliczać i interpretować miary koncentracji rynku oraz ich znaczenie dla konkurencji i dobrobytu społecznego. • Potrafi samodzielnie modelować i analizować zachowania przedsiębiorstw w różnych strukturach rynkowych, wykorzystując narzędzia teorii gier oraz klasyczne modele konkurencji oligopolistycznej do badania strategii cenowych, produkcyjnych i wejścia na rynek. • Potrafi krytycznie interpretować wyniki modeli organizacji rynku, w szczególności w kontekście rynków zróżnicowanych, karteli, rynków sieciowych i cyfrowych, oraz oceniać ich implikacje dla polityki konkurencji i regulacji. W ZAKRESIE KOMPETENCJI: • wykazuje zrozumienie dla specyfiki rynków niedoskonałe konkurencyjnych i zagrożeń płynących z prób naruszania uczciwej konkurencji przez podmioty dominujące • jest gotów do wykorzystywania wiedzy teoretycznej i modeli do opisu, interpretacji i przewidywania zachowań konkurencyjnych podmiotów ekonomicznych na realnych rynkach.

Powiązanie efektów przedmiotowych z efektami kierunkowymi/specjalnościowymi (oznaczonymi kodami z programu nauczania)	specjalizacja Ekonomia Przedsiębiorczości: S_W02 S_U01 S_K02
Nakład pracy studenta	Szacunkowy nakład pracy studenta: 2 ECTS x 25h = 50h (K) - godziny kontaktowe (S) - godziny pracy samodzielnej zajęcia: 24h (K) 0h (S) egzamin: 2h (K) 0h (S) konsultacje: 4h (K) 0h (S) przygotowanie do zajęć: 0h (K) 10h (S) przygotowanie do egzaminu: 0h (K) 10h (S) Razem: 30h (K) + 20h (S) = 50h
Metody i kryteria oceniania	Uzyskanie zaliczenia przedmiotu wymaga: Zaliczenia egzaminu pisemnego Skala ocen: wynik procentowy z uzyskanych punktów przeliczany jest na ocenę według następującej reguły: [0%-50%) – ndst [50%-60%) – dst [60%-70%) – dst + [70%-80%) – db [80%-90%) – db+ [90%-100%) – bdb.
Literatura	Literatura podstawowa: 1. Church & Ware (2000). <i>Industrial Organization. A Strategic Approach</i>, McGraw-Hill. 2. Belleflamme & Peitz (2015). <i>Industrial organization: markets and strategies</i>. Cambridge University Press. 3. Shy (2001). <i>Industrial Organization. Theory and Applications</i>, MIT Press. Literatura dodatkowa: 4. Tirole (1990). <i>The Theory of Industrial Organization</i>, MIT Press 1990. 5. Shy (2001). <i>Economics of Network Industries</i>, Cambridge University Press. 6. Belleflamme & Peitz (2021). <i>The economics of platforms</i>. Cambridge University Press.
Metody dydaktyczne	W ramach wykładu wykorzystywane są następujące metody dydaktyczne: - prezentacja wykładowcy, - dyskusja problemowa, - analiza przypadku, - ćwiczenia rachunkowe i analityczne.
Oprogramowanie	Adobe Acrobat Reader w celu dostępu do materiałów dydaktycznych umieszczonych dla studentów na stronie internetowej kursu.