

Nazwa przedmiotu	Zaawansowana analiza mikroekonomiczna
Kod przedmiotu	2400-M1ABZAMI
Profil studiów	ogólnoakademicki
Stopień studiów	drugi
Kierunek studiów	Ekonomia
Specjalność (jeśli dotyczy)	Analityka Biznesowa
Forma studiów	studia stacjonarne
Rok studiów	I
Semestr	zimowy
Liczba godzin	30
Forma/typ zajęć	Konwersatorium
Punkty ECTS	4
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	brak
Założenia wstępne	Zakłada się, iż student zna podstawowe kategorie mikroekonomiczne, przede wszystkim z obszaru wyboru konsumenta i producenta, oraz metody z zakresu statystyki matematycznej.
Skrócony opis przedmiotu	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy z zakresu mikroekonomii. Kurs koncentruje się na analizie zachowań przedsiębiorstw i konsumentów w warunkach konkurencji doskonałej i niedoskonałej. Omówione zostaną zaawansowane zagadnienia struktury rynkowej, analiza strategiczna z elementami teorii gier oraz decyzje cenowe i produkcyjne w perspektywie dynamicznej. Studenci poznają narzędzia mikroekonomiczne umożliwiające identyfikację i modelowanie złożonych procesów rynkowych, co wspiera skuteczne podejmowanie decyzji w obszarze analityki biznesowej. Ponadto, uczestnicy uczą się rozpoznawać skutki asymetrii informacji i formułować optymalne strategie w negocjacjach.
Treści kształcenia dla przedmiotu	<p>Przedmiot Zaawansowana Analiza Mikroekonomiczna uwzględnia 7 bloków tematycznych. Łącznie tworzą one obraz zastosowania teorii mikroekonomicznych do analizy zachowań przedsiębiorstw i konsumentów w zróżnicowanych warunkach rynkowych. Zajęcia obejmują pogłębione zagadnienia struktury rynkowej, decyzji strategicznych i dynamicznych w przedsiębiorstwach, a także analizy wyborów konsumentów. Konwersatorium ma na celu pogłębienie wiedzy z zakresu mikroekonomii i umiejętności jej zastosowania w analizach biznesowych.</p> <p>W kolejnych blokach omawiane są następujące treści:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Zaawansowane podstawy mikroekonomii – przypomnienie teorii wyboru konsumenta i produkcji, oraz modeli analitycznych. • Konkurencja niedoskonała – analiza równowagi w warunkach różnych struktur rynkowych; strategie cenowe i ilościowe. • Teoria gier w ekonomii – gry statyczne i dynamiczne, zastosowania w biznesie. • Asymetria informacji – problem agencji, selekcja negatywna, sygnalizowanie i screening, zastosowania w kontraktach. • Decyzje dynamiczne przedsiębiorstw – inwestycje, innowacje, strategie wejścia i wyjścia z rynku. • Strategie negocjacyjne – modele negocjacji kooperacyjnych i niekooperacyjnych, rola informacji, przykłady z praktyki biznesowej. • Zastosowania mikroekonomii w analityce biznesowej – modelowanie procesów rynkowych, prognozowanie zachowań konsumentów, analiza polityk cenowych.
<p>Przedmiotowe efekty uczenia się</p>	<p>Po ukończeniu przedmiotu, student:</p> <p>W ZAKRESIE WIEDZY:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna i rozumie zjawiska mikroekonomiczne, typowe zachowania konsumentów i przedsiębiorstw, w zakresie strategii cenowych i produkcyjnych, • zna i rozumie zaawansowane modele konkurencji rynkowej, narzędzia teorii gier i mikroekonomii dynamicznej, oraz rodzaje struktur rynkowych i proces ich kształtowania, • zna i rozumie proces zbierania i analizy danych dotyczących omawianych złożonych zjawisk mikroekonomicznych. <p>W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • potrafi odróżnić teoretyczne modele i empiryczne wyniki w obszarze zaawansowanej mikroekonomii, • potrafi wyjaśnić wpływ założeń szeregu założeń, szczególnie w zakresie strategii firm, struktury rynkowej i informacji na równowagę rynkową, • potrafi modelować sytuacje rynkowe, analizować decyzje przedsiębiorstw i konsumentów, identyfikować skutki różnych struktur rynkowych, • potrafi wykorzystać modele formalne do prognozowania skutków polityki gospodarczej i działań biznesowych. <p>W ZAKRESIE KOMPETENCJI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykazuje znaczenie strategii negocjacyjnych i etycznych aspektów decyzji rynkowych • jest gotów samodzielnie prezentować wyniki badań i analiz mikroekonomicznych w sposób zrozumiały dla praktyków biznesu oraz omówić w grupie problemy mikroekonomiczne z wybranego zakresu.
<p>Powiązanie efektów przedmiotowych z efektami kierunkowymi/specjalnościowym i (oznaczonymi kodami z programu nauczania)</p>	<p>kierunek Ekonomia: K_W01 K_W02 K_W03 K_W05 K_W06 K_U02 K_U03 K_U05 K_U06 K_U07 K_U08 K_K01 K_K02 K_K03</p>
<p>Nakład pracy studenta</p>	<p>Szacunkowy nakład pracy studenta: Szacunkowy nakład pracy studenta: 4ECTS x 25h = 100h (K) - godziny kontaktowe (S) - godziny pracy samodzielnej</p>

	<p>zajęcia: 30h (K) 0h (S) egzamin: 3h (K) 0h (S) konsultacje: 10h (K) 0h (S) przygotowanie do ćwiczeń: 0h (K) 15h (S) przygotowanie do egzaminu: 0h (K) 20h (S) praca z materiałami dodatkowymi: 0h (K) 22h (S) Razem: 43h (K) + 57h (S) = 100h</p>
Metody i kryteria oceniania	<p>Zaliczenie przedmiotu odbywa się na podstawie wyników uzyskanych z egzaminu pisemnego (waga 70%) (testu i otwartych pytań problemowych) i prezentacji wskazanego tematu w oparciu o kluczowe artykuły naukowe (waga 30%).</p> <p>Uzyskanie zaliczenia przedmiotu wymaga:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. obecności na konwersatorium (dopuszczalne są dwie nieobecności); 2. uzyskania min. 50% punktów z pisemnego egzaminu końcowego, który składa się z pytań testowych i pytań otwartych (w szczególności: obliczenia, wykresy, wyjaśnienia pojęć, wyjaśnienia teorii, wyjaśnienia współzależności między zmiennymi); 3. uzyskania co najmniej 50% punktów stanowiących średnią ważoną z prezentacji (waga 30%) oraz egzaminu końcowego (waga 70%). 4. Nieobecność na egzaminie w wyznaczonym terminie oznacza jego niezaliczenie (NK). 5. Skala ocen: <ul style="list-style-type: none"> • Poniżej 50% – ocena 2 • [50%, 60%) – ocena 3 • [60%, 70%) – ocena 3,5 • [70%, 80%) – ocena 4 • [80%, 90%) – ocena 4,5 • [90%, 100%] – ocena 5
Literatura	<p>Literatura obowiązkowa (wybrane rozdziały):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Varian, H. R. (2002). <i>Mikroekonomia: kurs Średni-ujęcie nowoczesne</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN. • Dixit, A. K., i Nalebuff, B. J. (2009). <i>Sztuka strategii: teoria gier w biznesie i Życiu prywatnym</i>. MT Biznes. • Church J.R., i Ware, R. (2000) <i>Industrial Organization: A Strategic Approach</i>. New York: McGraw-Hill <p>Literatura obowiązkowa (artykuły naukowe):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dixit, A. (1980). The role of investment in entry-deterrence. <i>The economic journal</i>, 95-106. • Akerlof, G. A. (1978). <i>The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism</i>. In <i>Uncertainty in economics</i> (pp. 235-251). Academic Press. • Hotelling, H. (1929). Stability in competition. <i>The economic journal</i>, 39(153), 41-57. • Salop, S. C. (1979). Monopolistic competition with outside goods. <i>The Bell Journal of Economics</i>, 141-156. <p>Literatura uzupełniająca (wybrane rozdziały):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rittenberg, L., i Tregarthen, T. (2009). <i>Principles of Microeconomics</i>. Online, za zgodą autorów.

	<ul style="list-style-type: none">• Perloff, J. M. (2008). Microeconomics. 5th ed. Addison Wesley. Rozdział 7: "The Analysis of Consumer Choice." Section 7.2.3.• Lusk, J. L., i Shogren, J. F. (2007). Experimental auctions: Methods and applications in economic and marketing research. Cambridge University Press.
Metody dydaktyczne	Wykorzystywane są następujące metody dydaktyczne: <ul style="list-style-type: none">• prezentacja multimedialna, część o charakterze wykładowym,• prezentacje multimedialne studentów,• dyskusja problemowa,• e-learning,• eksperymenty ekonomiczne w grupach,• samodzielne czytanie artykułów naukowych.
Oprogramowanie	MS Office, Power Point