

۱- معرفی و اهداف درس

تحلیل رفتار مصرف کننده و تولیدکننده در بازارهای مختلف عمده هدف آموزش اقتصاد خرد (۱) و (۲) می باشد. بدین منظور در عمده کتب آموزشی مربوطه در ابتدا به نحو اجمال تقاضا و عرضه و تهادل تعریف و تحلیل می گردد. بعد از این شناخت اجمالی، تئوری رفتار مصرف کننده در قالب توابع مطلوبیت و یا منحنی های بی تفاوتی تحلیل و نحوه استخراج تابع تقاضا به صورت نموداری و یا ریاضی انجام می پذیرد. در تبیین رفتار تولید کننده که از نظر تکنیکی شباهتهائی با رفتار مصرف کننده دارد، هدف درس آشنائی با توابع هزینه تولید و استخراج توابع عرضه عرضه- کنندگان در بازارهای مختلف است و چون استخراج تابع هزینه مبتنی بر میزان استخدام عوامل تولید و قیمت آنهاست، پس در ابتدا به تبیین توابع تولید در صور مختلف و شرایط متفاوت پرداخته و سپس از روش بهینه یابی مقید میزان استخدام بهینه هر یک از عوامل بحث می گردد.

بعد از تکمیل مباحث مرتبط با تولید و هزینه در دو حالت کوتاه مدت و بلندمدت و استخراج تابع عرضه بنگاه، نیت به تحلیل رفتار مصرف کنندگان و تولیدکنندگان در بازارهای مختلف می رسد که به حسب نوع کالا، تعداد مصرف- کنندگان و تولیدکنندگان، بازارهای مختلفی در اقتصاد خرد تعریف می گردد. اما به حسب نتیجه و کاربردی عمده تا بازارهای رقابتی کامل (*Perfect Competition*)؛ انحصار در فروش (*Monopoly*)، رقابت انحصاری (*Monopolistic competition*) و انحصار چندجانبه (*Oligopoly*) مورد بررسی قرار می گیرد.

۲- معرفی استاد (می توان لینک یا QR کد از آدرس سایت را بگذارید)

۳- پیش نیازهای درس: اقتصاد خرد (۱) و ؟؟؟؟؟؟؟

۴- منابع:

منبع اصلی:

تحلیل اقتصادی، نظریه و کاربرد (۱) و (۲) تالیف اوئن فیلیپس، چارلز موریس، ترجمه آقایان دکتر حسن سبحانی و دکتر اکبر کمیجانی. انتشارات دانشگاه تهران.

منابع برای مطالعه بیشتر:

فرگوسن، چارلز و جان گوئد. "نظریه اقتصاد خرد" ترجمه محمود روزبهان؛ مرکز نشر دانشگاهی.

شاکری، عباس. "اقتصاد خرد (۲) نظریه و کاربردها" نشر نی.

ریچارد -اچ- لفت ویچ، نظام قیمت‌ها و تخصیص منابع تولیدی " ترجمه: میرنظام سجادی؛ دانشگاه علامه طباطبائی.

۵- تکالیف دانشجوی

الف) ارزشیابی مستمر: شرکت در کلاس حل تمرین ۲ نمره؛

ب) ارزشیابی میان ترم: ۶ نمره

ج) ارزشیابی پایان ترم: ۱۲ نمره

۶- زمان‌بندی (توزیع مباحث و مشخص کردن عناوین درسی برای هر جلسه تا پایان ترم)

نظریه تولید:

جلسه اول: نظریه تولید، امکانات تولید، توابع تولید؛

جلسه دوم: کارائی فنی و اقتصادی؛ نسبت‌های ثابت و متغیر؛

جلسه سوم: تولید با یک نهاده متغیر؛ تولید کل، متوسط و نهائی؛

جلسه چهارم: مراحل سه‌گانه تولید؛ تولید با دو یا چند نهاده‌ی تولید؛

جلسه پنجم: هم‌مقداری‌های تولید؛ نرخ نهائی جانشینی؛

جلسه ششم: ترکیب بهینه تولید؛

جلسه هفتم: مسیر توسعه؛ بازدهی‌های به مقیاس عوامل تولید؛

نظریه هزینه:

جلسه هشتم: هزینه‌ی تولید، هزینه فرصت و هزینه حسابداری؛

جلسه نهم: افق برنامه‌ریزی و هزینه‌های بلندمدت؛

جلسه دهم: مسیر توسعه و هزینه بلندمدت؛

جلسه یازدهم: هزینه‌های متوسط و نهایی بلندمدت؛

جلسه دوازدهم: صرفه‌ها و عدم صرفه‌های به مقیاس

جلسه سیزدهم: نظریه هزینه در کوتاه مدت

جلسه چهاردهم: هزینه‌های متوسط و نهایی و هزینه‌های ثابت کل و متوسط و نهایی در کوتاه‌مدت؛

جلسه پانزدهم: روابط میان منحنی‌های MC و ATC و AVC در کوتاه مدت؛

جلسه شانزدهم: روابط میان هزینه‌های متوسط و نهایی در کوتاه مدت و بلندمدت؛

جلسه هفدهم: تغییرات در قیمت عامل - اثر جانشینی؛

جلسه هجدهم: کشش جانشینی و تغییرات در سهم نسبی عامل؛

جلسه نوزدهم: اثر تولیدی و اثرات متقابل تغییر تکنولوژیکی و استفاده عامل

تئوری بازارهای رقابتی کامل:

جلسه بیستم: مفهوم حداکثر کردن سود

جلسه بیست و یکم: بازار رقابت کامل و شرایط آن؛

جلسه بیست و دوم: حداکثر کردن سود در کوتاه مدت؛

جلسه بیست و سوم: عرضه کوتاه مدت بنگاه، تعادل بلندمدت بنگاه رقابتی؛

جلسه بیست و چهارم: صنایع با هزینه ثابت - صعودی و نزولی؛

جلسه بیست و پنجم: تحلیل نقطه سر به سر؛ مطلوب و نامطلوب بودن رقابت کامل.

تئوری قیمت در شرایط انحصاری

جلسه بیست و ششم: تعریف بازار انحصاری و اندازه‌گیری قدرت انحصاری؛

جلسه بیست و هفتم: تقاضا و درآمد نهایی در شرایط انحصار؛

جلسه بیست و هشتم: حداکثر کردن سود انحصارگر در کوتاه مدت؛

جلسه بیست و نهم: هزینه و تابع عرضه در شرایط انحصار؛

جلسه سی‌ام: تعادل بلندمدت در شرایط انحصار؛

جلسه سی و یکم: انحصار چند کارخانه‌ای؛

جلسه سی و دوم: رفتار انحصاری در عمل (تبعیض قیمت)؛

جلسه سی و سوم: محاسن و معایب بازار انحصاری؛

جلسه سی و چهارم: تنظیم انحصار؛

 در صورت امکان و وجود فرصت کافی موضوعات زیر نیز تدریس خواهد شد:

رقابت ناقص

تفاوت رقابت انحصاری و انحصار چندجانبه؛

اصول رقابت انحصاری؛

تقاضا در شرایط رقابت انحصاری؛

تعادل کوتاه مدت و بلندمدت و مقایسه‌ی آن با دیگر بازارها؛

بازار انحصاری چندجانبه؛

وابستگی متقابل در انحصار چندجانبه؛
تئوری‌های انحصار چندجانبه (در فرض همگنی کالاها).

۷- راه‌های ارتباطی و میزان زمان تقریبی برای دریافت پاسخ (ایمیل، ID فضای مجازی، دستیار آموزشی،
لینک کانال یا گروه درسی) kiaalhoseini@mofidu.ac.ir زمان تقریبی پاسخگوئی، دو هفته.