

UNIVERSITATEA "VASILE ALECSANDRI" din BACĂU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
COMPARTIMENTUL ÎNVĂȚĂMÂNT LA DISTANȚĂ
Programul de studii MARKETING

MICROECONOMIE

- Note de curs -

COLECȚIA
ȘTIINȚE ECONOMICE

Conf.univ.dr. Marcela-Cornelia Danu

Editura ALMA MATER – BACĂU

2012



CUPRINS

1.INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚA ECONOMIEI	4
1.1.Reprezentări ale ideilor economice de-a lungul timpului	4
1.2.Obiectul economiei politice	9
1.3.Metoda economiei politice	10
2.FORME DE ORGANIZARE ȘI FUNCȚIONARE A ECONOMIEI SOCIALE	12
2.1.Sisteme economice	12
2.2.Caracteristicile sistemului economiei naturale	13
2.3.Economia de schimb. Sistemul economiei de piață	13
2.4.Sistemul economiei de comandă	16
2.5.Economiile contemporane – economii mixte	16
3.TEORIA CONSUMATORULUI	19
3.1.Utilitatea cardinală și echilibrul consumatorului	19
3.2.Utilitatea ordinală și echilibrul consumatorului	21
3.3.Noua teorie a consumatorului – câteva considerații	25
4.TEORIA CERERII	28
4.1.Definire. Legea cererii	28
4.2.Elasticitatea cererii – cererea și prețul; cererea și venitul	30
5.TEORIA PRODUCȚIEI ȘI A COSTURILOR	36
5.1.Natura, caracteristicile, funcțiile, obiectivele întreprinderii. Întreprinzătorul. Eficiența tehnică și eficiența economică	36
5.2.Teoria producției	41
5.3.Teoria costurilor	45
5.4.Teoria ofertei	50
6.PIETE, CONCURENȚĂ, PREȚURI	60
6.1.Conținut, funcții, tipuri de piețe	60
6.2.Concurența – element al economiei de piață	61
6.3.Prețul – teorii ale prețului, opticele prețului, funcțiile acestuia	71
7.TEORIA DISTRIBUȚIEI	78
7.1.Distribuția și piața factorilor de producție	78
7.2.Salariul	80
7.3.Pământul, resursele naturale și renta	82
7.4.Capitalul, dobânda, profitul	84
Bibliografie	91