Негосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Институт экономики и правоведения (г. Назрань)»

УТВЕРЖДАЮ
первый проректор – проректор по учебной работе, к.э.н., доцент
Биганова М. А. _____
«26» 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.8 Экономика отраслевых рынков

Основной профессиональной образовательной программы

Академической магистратуры

38.04.01 Экономика

Профиль: Экономика и право

Квалификация выпускника
магистр

Форма обучения
очная

Назрань, 2020 г.

Рабочая программа основывается на требованиях Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 30.03.2015 №321, учебным планом подготовки магистра по направлению 38.04.01 Экономика, утвержденным ученым советом НОУ ВО «Институт экономики и правоведения г.Назрань)» от 26.06 2020г., протокол № 4).

Составитель: к.э.н., доцент Полонкоева Ф.Я.

Программа рассмотрена и согласована на заседании кафедры экономических дисциплин
(протокол № 8 от 25.06 2020 г.)

Заведующий кафедрой _____ ХамхоеваФ.Я.

Содержание

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)……..….4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы…….4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП …….9
4. Объем дисциплины (модуля)……..10
5. Содержание дисциплины (модуля)……11
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)……14
7. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)……15
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)…… …….55
8.1. Основная литература……55
8.2. Дополнительная литература……56
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)……..56
10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)……57
10.1. Организация образовательного процесса по дисциплине (модулю)……57
10.2. Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины (модуля)… 59
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю),включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем…… ……60
11.1. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)……60
11.2. Перечень программного обеспечения……..…60
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)…….61

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель – ознакомление с закономерностями функционирования отраслевых рынков; анализ социальной эффективности рыночных структур; анализ стратегического поведения фирм в зависимости от структуры отрасли; освоение методов экономики отраслевых рынков и инструментов анализа; изучение основных видов государственной отраслевой политики и путей повышения ее эффективности.

Задачи: знакомство студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков; развитие навыков применения микроэкономического анализа для объяснения формирования структуры рынка и влияния структуры рынка на конкуренцию; изучение методов анализа отраслевых рынков.

2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	**Степень реализации компетенции при изучении дисциплины (модуля)**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)**		
		Знать	**Уметь**	**Владеть(навыки)**
а) общекультурные компетенции не предусмотрены				
б) общепрофессиональные компетенции не предусмотрены				
в) профессиональные компетенции				
ПК-6 способность оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности	Компетенция реализуется полностью	технологии разработки проектов различной направленности и и сложности.	проводить оценку привлекательности проекта, планировать бюджет программы реализации проекта.	методами выявления наиболее перспективных проектов, формирования рыночной привлекательности проекта.

ПК-7 способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	Компетенция реализуется полностью	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в рамках отрасли; современные модели стратегического поведения экономических агентов на рынке методы исследования экономической конъюнктуры, выявления трендов и циклов, моделирование и прогнозирование развития отраслевых структур.	выявлять проблемы стратегического характера при анализе поведения фирм на рынках товаров и услуг, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий; обладать навыками принятия управленческих решений.	статистическими методами исследования, моделирования и прогнозирования социально-экономических процессов; методологией анализа финансово-экономических показателей функционирования хозяйствующих субъектов.
ПК-8 способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	Компетенция реализуется полностью	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в рамках отрасли; методы построения эконометрических моделей	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных	статистическими методами исследования, моделирования и прогнозирования социально-экономических процессов; статистической методологией национального счетоводства и макроэкономических расчетов.

		объектов, явлений и процессов в отрасли; статистическое измерение и наблюдение социально-экономических явлений и процессов на микро- и макроуровне; статистические методы исследования экономической конъюнктуры, выявления трендов и циклов, моделирование и прогнозирование развития отраслевых структур.	социально-экономических последствий; используя отечественные и зарубежные источники, собрать необходимые данные, проанализировать их; строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать полученные результаты и прогнозировать развитие экономических процессов и явлений в отрасли; обладать навыками системного, сравнительного и исторического анализа политических решений.	
ПК-9 способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	Компетенция реализуется полностью	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев	статистическими методами исследования, моделирования и прогнозирования социально-экономических процессов; статистической методологией национального счетоводства и макроэкономически

		рамках отрасли; статистические методы исследования экономической конъюнктуры, выявления трендов и циклов, моделирование и прогнозирование развития отраслевых структур.	социально-экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий; обладать навыками системного, сравнительного и исторического анализа политических решений.	х расчетов.
ПК-10 способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом	Компетенция реализуется полностью	основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микроуровне; методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов на уровне отраслевого рынка; статистическое измерение и наблюдение социально-экономических явлений и процессов на уровне отраслевого рынка	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий; используя отечественные и зарубежные источники, собрать необходимые данные, проанализировать их; строить на основе	статистическими методами исследования, моделирования и прогнозирования социально-экономических процессов; обладать навыками системного, сравнительного и исторического анализа политических решений

			описания ситуаций стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать полученные результаты и прогнозировать развитие экономических процессов и явлений на уровне отрасли.	
ПК-12 способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	Компетенция реализуется полностью	статистическое измерение и наблюдение социально-экономических явлений и процессов.	выявлять проблемы экономического характера при принятии управленческих решений, предлагать способы их реализации с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий;	статистическими методами исследования, моделирования и прогнозирования социально-экономических процессов

3.Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Настоящая дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части дисциплин, изучаемых в институте в рамках направления 38.04.01 Экономика, профиля «Экономика и право» подготовки магистров.

Для изучения курса необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в результате освоения дисциплин «Микроэкономика (продвинутый курс)», «Эконометрика (продвинутый курс)», «Экономика организации».

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать основные понятия экономической теории и прикладных экономических дисциплин; закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровнях; основные особенности российской экономики, направления экономической политики государства;
- уметь использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- уметь искать количественную и качественную информацию для анализа различных типов отраслевых структур и их влияния на социально-экономические параметры, анализировать количественную информацию с помощью эконометрических методов.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при прохождении научно-педагогической и научно-исследовательской практик, написании магистерской диссертации и подготовке к итоговому экзамену.

4.Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.1. Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

№№	*Объем дисциплины*	*Всего часов*
		Очная форма обучения
1.	Общая трудоемкость дисциплины	*72*
2.	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	*14*
3.	Аудиторная работа (всего):	*14*
	в том числе в интерактивной форме	*6*
3.1	лекции	-
	в том числе в интерактивной форме	-
3.2	семинары, практические занятия	*14*
	в том числе в интерактивной форме	*6*
3.3	лабораторные работы	
4.	Внеаудиторная работа (всего):	
4.1	*в том числе*, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем:	
4.2	Курсовая работа	
4.3	групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем *(необходимо указать только конкретный вид учебных занятий)*	
4.4	творческая работа (эссе)	
5.	Самостоятельная работа обучающихся(всего)	*58*
6.	Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет)	-

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

п/п	Раздел дисциплины	Общая трудоемкость (ч.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость в часах		Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторные учебные занятия	Самостоятельная работа	

		Всего	лекции	семинары (практические занятия)	обучающихся	
	Тема 1. Фирма в теории отраслевых рынков	10	-	2	8	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Тема 2. Конкуренция и монополия	10	-	2	8	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Тема 3. Структура отрасли. Рыночная концентрация и монопольная власть	10	-	2	8	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Тема4.Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	10	-	2	8	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Тема5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	10	-	2	8	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке	10	-	2	8	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Тема7.Государственная отраслевая политика	12	-	2	10	Опрос. Решение задач. Рефераты. Тесты
	Зачет					
	Итого	72	14		58	

5.2.Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
гр.1	*гр.2*	*гр.3*

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
гр.1	*гр.2*	*гр.3*
1.	Тема 1. Фирма в теории отраслевых рынков	Отраслевой рынок. Понятие, задачи исследования. Историческое развитие теории отраслевых рынков. Микроэкономическая теория и теория цен в теории отраслевых рынков. Современные направления в теории отраслевых рынков. Гарвардская и чикагская школы. Методологические отличия. Базовая парадигма гарвардской школы «Структура – поведение – результативность». Теория квазиконкурентных рынков. Потенциальная конкуренция как принципиально новый подход в позитивном и нормативном анализе рыночных структур. Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность. Поведение фирмы в рыночной среде. Пассивное и активное поведение фирмы. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке. Теория игр и развитие представлений о структуре рынков. Современная теория фирмы. Объяснение особенностей поведения фирм на отраслевых
2.	Тема 2. Конкуренция и монополия	Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квазиконкурентные рынки. Квазимонопольные рынки. Эффективность конкурентных рынков. Работающая конкуренция. Критерии работающей конкуренции. Классификация критериев работающей конкуренции: структурные, поведенческие, функциональные. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков. Потери общества от монопольной власти. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бейна . Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу. Сравнительная эффективность производства в условиях свободной конкуренции и монополии. Формы проявления монополизма в российской экономике.
3.	Тема 3. Структура отрасли. Рыночная концентрация и монопольная власть	Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Концентрация рынка. Оценка уровня концентрации на отраслевых рынках. Система требований к индексам концентрации. Кривые концентрации. Коэффициенты концентрации. Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс энтропии. Индекс Ханна и Кея. Классификация отраслей по уровню концентрации. Определение барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Виды нестратегических барьеров. Виды стратегических барьеров. Статистические показатели оценки уровня барьеров входа- выхода. Эффективность политики создания отраслевых барьеров. Классификация отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров. Сравнительный анализ возможных барьеров входа фирм на рынок. Роль рынка капитала в создании барьеров входа на товарный рынок.

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
гр.1	*гр.2*	*гр.3*
4.	Тема4.Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	Определение и условия квазимонопольного поведения фирмы на рынке. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы. Виды дифференциации продукта. Модели пространственной дифференциации Хоттелинга и Салона. Модель Ланкастера. Модели вертикальной дифференциации продукции. Реклама как фактор дифференциации товара. Факторы разнообразия товаров на российских рынках.
5.	Тема5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	Классические модели олигополии. Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модели Эджворта, Курно, Штакельберга. Лидерство по Штакельбергу, как источник информации о рынке. Кооперативные модели поведения олигополистов. Понятие картельного соглашения. Причины возникновения картелей. Стимулы к нарушению картельного соглашения. Факторы, облегчающие сохранение картеля. Методы, предотвращающие нарушение картельного соглашения и социальные издержки картелизации.
6.	Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке	Понятие ценовой дискриминации. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа. Практика ценовой дискриминации: связанные продажи, определение комбинаций объема покупки – цены, сезонное ценообразование, скидки как метод ценовой дискриминации в российской торговле и промышленности, межвременная дискриминация. Воздействие ценовой дискриминации на экономическое благосостояние. Воздействие на распределение доходов, на экономическую эффективность, на конкуренцию. Антитрестовская политика в отношении ценовой дискриминации.
7.	Тема7.Государственная отраслевая политика	Политика дискриминации. Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа. Практика ценовой дискриминации: связанные продажи, определение комбинаций объема покупки – цены, сезонное ценообразование, скидки как метод ценовой дискриминации в российской торговле и промышленности, межвременная дискриминация.

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
гр.1	*гр.2*	*гр.3*
		Воздействие ценовой дискриминации на экономическое благосостояние. Воздействие на распределение доходов, на экономическую эффективность, на конкуренцию. Антитрестовская политика в отношении ценовой дискриминации. Антимонопольная политика. Внешнеторговая политика. Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства. Меры воздействия антимонопольных органов на рынках с различным уровнем концентрации. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты самостоятельно изучают некоторые вопросы как по определенным в учебно-тематическом плане темам, так и по другим темам, заданным преподавателем. Для самостоятельной работы студенты обеспечиваются литературой, учебными пособиями, периодическими изданиями. Самостоятельная работа включает:

- обработку материалов и подготовку к семинарским и практическим занятиям;
- самостоятельное изучение отдельных тем, отдельных вопросов по отдельным темам;
- выполнение рефератов, подготовка докладов и устных сообщений.

Формы контроля самостоятельной работы: опросы на семинарских занятиях, подготовка докладов и сообщений по заданным темам, текущее тестирование, зачет.

7. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
	Тема 1. Фирма в теории отраслевых рынков	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест
	Тема 2. Конкуренция и монополия	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест
	Тема 3. Структура отрасли. Рыночная концентрация и монопольная власть	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест
	Тема4.Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест
	Тема5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест
	Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест
	Тема7.Государственная отраслевая политика	ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-12	Устный и письменный опрос на практических занятиях. Реферат, тест

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

Тесты

1. Какие подходы к анализу организации отраслевых рынков вы знаете?

а) Макроэкономический подход

б) Подход на основе микроэкономического анализа

в) Монетаристский подход

г) Системный подход

2. Какие существуют параметры для оценки уровня рыночной концентрации?

а) Численность продавцов на рынке

б) Объем выпуска продукции

в) Распределение рыночных долей фирм, реализующих товар на данном рынке

г) Корреляция цен товаров

3. Выберите показатели концентрации продавцов на рынке.

а) Коэффициент концентрации

б) Индекс Херфиндаля-Хиршмана

в) Х-эффективность

г) Индекс энтропии

д) Коэффициент Джини

е) Коэффициент вариации

ж) Индекс диверсификации

4. Укажите виды барьеров входа фирм на отраслевой рынок.

а) Нестратегические

б) Эффективные

в) Стратегические

г) Организационные

д) Правовые

5. Что предполагают эффективные барьеры?

а) Полную мобильность ресурсов

б) Замедленный вход фирм в отрасль

в) Невозможность войти в отрасль как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде

6. Какое значение имеют барьеры выхода?

а) Создают дополнительные барьеры входа в отрасль

б) Уменьшают риск хозяйствования в отрасли

в) Облегчают вход в отрасль

7. Укажите административные барьеры.

а)Квотирование производства

б)Экологические нормы

в)Дифференциация продукции

г) Лицензирование деятельности предприятий

д)Емкость рынка

8. Что представляет собой дифференциация товара?

а) Разновидность ценовой конкуренции фирм

б)Форму неценовой конкуренции фирм

в) Соответствие предпочтениям потребителя

9. Каким образом может быть измерена степень продуктовой дифференциации?

а) На основе перекрестной эластичности спроса

б)С помощью индекса энтропии

в) На основе индекса Хана и Кея

г) На основе затрат на рекламу

д)С помощью функции остаточного спроса

е) На основе расчета «ценового зонтика»

10.Назовите модели пространственной дифференциации продукта.

а) Модель Курно и модель Бертрана

б)Модель Штакельберга

в) Модель Хотеллинга и модель Салопа

11.Что представляет собой условие Дорфмана - Штайнера?

а) Цена меняется в зависимости от объема покупки и средние расходы покупателя на единицу товара тоже изменяются

б)Каждая фирма будет назначать цену, равную цене конкурента с поправкой на величину транспортных расходов

в) Фирма для максимизации прибыли выбирает такой уровень расходов на рекламу и назначает такую цену, чтобы доля рекламных расходов в совокупной выручке фирмы была прямо пропорциональна эластичности рекламных расходов и обратно пропорциональна ценовой эластичности спроса

12.Какие факторы определяют возможность появления и функционирования доминирующей фирмы?

а) Повышение цен и ограничение выпуска продукции

б)Слияние (поглощение) и инновационные процессы в отрасли

в) Повышение издержек и льготы, предоставляемые государством

13.Что должна учитывать доминирующая фирма при разработке стратегии своего поведения?

а) Реакцию фирм конкурентного окружения

б)Количество лет (опыт) на данном рынке

в) Запатентованные инновации

14.Отчего зависит рыночная власть доминирующей фирмы в долгосрочном периоде?

а) от доли доминирующей фирмы

б) от изменения рыночной цены

в) от числа фирм, способных войти на рынок и их скорости входа на него

15.Какая модель анализирует стратегическое взаимодействие фирм по принципу «лидер - последователь»?

а) Модель Штакельберга

б)Модель Чемберлина

в) Модель Курно

16.Что представляет собой изопрофита?

а) Реакцию олигополиста на изменение цены

б) Равновесный объем выпуска продукции

в) Линию постоянной величины прибыли олигополиста при различных комбинациях объема выпуска конкурентами

17.Что лежит в основе парадокса Бертрана?

а) Предпосылка о дифференцированных продуктах

б)Предпосылка об однородности производимой продукции

в) Предпосылка об ограниченности производственных мощностей дуополистов

18.Как ведут себя фирмы, образующие картель?

а) Как единый монополист, максимизируя совокупную прибыль отрасли

б) Как объединение олигополистов, имеющих разные экономические интересы

в) Как объединение олигополистов, распределяющих рыночные доли

19.Назовите цель ценовой дискриминации.

а) Снизить издержки производства

б) Получить положительную прибыль

в) Захват фирмой потребительского излишка в максимально возможном количестве

20.Что представляет собой нелинейное ценообразование?

а) Равные цены за единицу продукта

б)Расходы потребителя не пропорциональны покупаемому объему

в) Способ тайных ценовых скидок при продаже связанного товара по более низкой цене

21.Совокупность субъектов хозяйственной деятельности, разрабатывающих и (или) производящих продукцию (выполняющих работы или оказывающих услуги) определенных видов, которые имеют однородное потребительное или функциональное назначение – это:

сфера экономики;
сектор экономики;
комплекс экономики;
отрасль экономики.

22.В основе деления промышленной продукции на группы «А» и «Б» лежит:

уровень автоматизации производства;
однородность перерабатываемого сырья для производства продукции;
экономическое назначение производимой продукции;
степень сложности технологических процессов при производстве;
продукции.

23.Для оценки отраслевой структуры промышленности используются такие показатели как:

объем выпускаемой продукции, стоимость основных производственных фондов, численность работающих;

объем реализуемой продукции, стоимость оборотных фондов, численность рабочих;

объем чистой продукции, размер оборотных средств, изменение численности работающих;

изменение объема выпущенной продукции, стоимость основных производственных фондов, изменение численности работающих.

24.К отраслям группы «Б» относятся отрасли:

производящие однородную продукцию;
производящие средства труда;
производящие предметы потребления.

25.Уровень концентрации в отрасли характеризуется показателями:

средним размером предприятия, определяемым объемом его годового выпуска продукции;

долей продукции крупных фирм в общем объеме отраслевого выпуска;

среднегодовой стоимостью основных производственных фондов в расчете на одно предприятие;

средней энергетической мощностью одного предприятия.

26.Верно ли утверждение: «При одинаковом числе фирм на рынке чем больше отличаются они друг от друга, тем ниже уровень концентрации, и наоборот»:

да;
нет.

27.При определении концентрации продавцов на рынке в качестве показателя размера фирмы относительно размера этого рынка могут использоваться такие как:

доля продаж фирмы в рыночном объеме реализации;
годовая выручка фирмы;
положительная корреляция цен товаров во времени;
доля занятых на предприятии в численности занятых в производстве данного продукта;

доля активов фирмы в стоимости активов всех фирм, действующих на рассматриваемом рынке;

доля добавленной стоимости на предприятии в сумме добавленной стоимости всех производителей, действующих на рынке.

28.Применение ценовой дискриминации невозможно если:

у фирмы есть конкуренты на данном рынке;
не исключена возможность арбитража;
рынок не поддается сегментированию;
фирма обладает большой рыночной властью

29.Дифференциация продукта не наблюдается на таких рынках как:

рынок монополистической конкуренции;
рынок совершенной конкуренции;
олигополия;
рынок ГКО.

30.Для характеристики размера фирмы относительно размера рынка могут использоваться показатели:

доля продаж фирмы в рыночном объеме реализации; доля заняты на предприятии в численности занятых в производстве данного продукта;

доля стоимости активов фирмы в стоимости активов всех фирм, действующих на рассматриваемом рынке; доля добавленной стоимости на предприятии в сумме добавленной стоимости всех производителей, действующих на рынке;

верно все вышеперечисленное

31.К ценовым барьерам входа в отрасль относится:

дополнительное инвестирование;
применение грабительских (запретительных) цен;
дифференциация продукции;
вертикальная интеграция.

32.Сколько основных типов рыночных структур принято выделять:

2;
4;
3;
5.

33.Что из ниже перечисленного не относится к типологии границ разделения рынков:

локальные;
финансовые;
временные;
продуктовые.

34.Сумма квадратов рыночных долей всех фирм, действующих на рынке – это:

индекс концентрации;
индекс Херфиндаля-Хиршмана;
индекс энтропии;
индекс Джини.

35.Положительная отдача от масштаба, эластичность и темпы роста спроса, институциональные барьеры входа на рынок и выхода с рынка – это:

нестратегические барьеры;
стратегические барьеры.

36.Анализ проблем ассиметричной информации в мировой теории восходит к модели «рынка лимонов» Акерлофа;

грабительского («хищнического») ценообразования;
«самоубийственного» поведения доминирующей фирмы.

37.Если потребительские характеристики двух марок сигарет идентичны, но потребители считают, что они различны, то с точки зрения экономического анализа рынок, включающий продавцов этих двух марок сигарет, будет рынком:

однородного продукта;
дифференцированного продукта;
товаров-субститутов;

комплементарных товаров.

38.Дифференциация продукта, связанная с различием потребительских характеристик товаров, удовлетворяющих разные вкусы, характеризуется как:

вертикальная дифференциация

горизонтальная дифференциация

39.Дифференциация продукта, связанная с различием качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы, характеризуется как:

вертикальная дифференциация;

горизонтальная дифференциация.

40.К моделям дифференциации продукта не относится:

модель Хотеллинга;

модель Салопа;

модель дуополии Курно;

модель Ланкастера.

41.Ценовая дискриминация – это:

назначение фирмой разных цен на один и тот же товар для разных групп потребителей;

продажа некачественного товара по низким ценам;

запрет фирмы на продажу товара отдельным группам потребителей в пользу других групп.

42.Совершенная ценовая дискриминация наблюдается тогда, когда фирме удается назначить такие цены, чтобы совершенно весь потребительский излишек данного рынка перешел к ней:

да;

нет.

43.Практика ценовой дискриминации не включает:

связанные продажи;

сезонное ценообразование;

запретительные цены.

44.В какой форме получает доход собственник денежного капитала?

заработной платы;

процента;

прибыли;

предпринимательского дохода.

45.Альтернативные издержки – это:

трудоемкость изготовления единицы продукции;

общая сумма затрат на изготовление единицы продукции;

количество другого продукта, которым необходимо пожертвовать, чтобы увеличить объем производства данного продукта на единицу.

издержки на изготовление единицы продукта при использовании альтернативного технологического процесса.

46.На линии производственных возможностей рост производства одного вида продукта сочетается:

с уменьшением производства другого вида продукта;

с ростом производства другого продукта;

с постоянным объемом производства другого вида продукта;

возможен любой из этих вариантов.

47.Основные рабочие понятия оптимизационных моделей имеют предельный характер: предельная полезность, предельная производительность, предельный доход, предельные издержки и т.п. Термин «предельный» или «маржинальный» означает:

несущественное изменение измеряемой величины;

пограничное изменение измеряемой величины;

дополнительное изменение измеряемой величины;

незначительное изменение измеряемой величины.

48.Определите, в каких случаях происходит сдвиг кривой предложения вправо?

при снижении издержек производства данного товара;
при снижении цены на данный товар;
при росте доходов потребителей.

49.Если спрос на жевательную резинку эластичен по цене, то уменьшение цены на нее приведет к:

росту расходов населения на жевательную резинку;
снижению расходов населения на жевательную резинку;
повышению спроса на жевательную резинку;
снижению спроса на жевательную резинку.

50.В 1991 г. за работы по проблемам трансакционных издержек и прав собственности получил Нобелевскую премию в области экономики:

Джордж Стинглер;
Рональд Коуз;
Лоуренс Клейн.

51.Главное преимущество единоличного владения - привлекать значительный капитал:

да;
нет.

52.Каждый участник полного товарищества несет, в отличие от владельцев акционерного общества, неограниченную ответственность

да;
нет.

53.Фирмы-корпорации преобладают в экономике современных развитых стран, как по числу, так и по годовому обороту капитала:

да;
нет.

54.Для привлечения финансовых средств фирма, организованная в форме партнерства, может выпускать как акции, так и облигации:

да;
нет.

55.В акционерных обществах, акции которых широко распылены среди сотен тысяч владельцев, появляется значительное расхождение между функциями собственности и контроля:

да;
нет.

56.Организационно-правовыми формами предприятий в РФ являются:

банк;
торговый дом;
пенсионный фонд;
фондовая биржа;
акционерное общество;
аудиторская фирма;
коммандитное товарищество;
общество с ограниченной ответственностью;
полное товарищество;
церковь;
магазин;
финансово-промышленная группа;
малое предприятие.

58.Перекрестная эластичность спроса характеризует реакцию?

цены одного товара на изменение цены другого товара;
величины спроса одного товара на изменение цены другого;
цены одного товара на изменение предложения другого товара;
величины спроса одного товара на изменение спроса на другое благо.

59.Малое предприятие - это:

частная фирма;
государственное предприятие;
некоммерческая организация;
фирма с ограниченной численностью работников (напр., в РФ до 100 чел).

60.Закон предложения выражает?

обратную связь между ценой и количеством продаваемого товара;
прямую связь между ценой и количеством продаваемого товара;
связь между эластичным и неэластичным товарами;
меру эластичности каждого товара.

61.Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо:

спрос;
потребность;
желание;
необходимость.

62.Установите, что входит в понятие факторы производства?

издержи производства и рентабельность продукции;
основные и оборотные средства;
труд, земля, капитал;
недвижимость и, денежные активы.

63.Установите источники экстенсивного пути развития экономической системы?

изобретения и научные разработки
новые технологии
повышение квалификации работников
увеличение объема факторов производства

64.Установите источники интенсивного пути развития экономической системы?

новые месторождения полезных ископаемых;
новые прогрессивные технологии;
освоение новых земель;
увеличение объема факторов производства.

65.Изменение какого фактора не вызовет сдвига кривой спроса на кредит?

возраст покупателей
ставка процента
дефицитные ожидания
сезонность потребности

66.В случае, если, несмотря на изменение цены товара, общая выручка не изменится, коэффициент ценовой эластичности?

равен 0;
равен 1;
больше 1;
меньше 1.

67.Колебания рыночного объема спроса на конкретный товар обуславливаются изменениями?

вкусов и предпочтений потребителей;
доходов потребителей;
всех вышеперечисленных факторов;
все вышеперечисленное неверно.

68.Если для товара Д величина спроса растет вместе с ростом цены, то товар является:

обычным товаром;

товаром Гиффена.

69.Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения роли цены:

на товарном рынке;

на рынке труда;

на рынке ценных бумаг;

на рынке банковских ссуд;

на рынке капиталов;

на денежном рынке;

верно все перечисленное.

70.Если существует избыток спроса при цене ниже равновесной, то происходит повышение цены до тех пор, пока не исчезнет дефицит в результате конкуренции:

продавцов;

покупателей;

покупателей и продавцов.

71.Моделью равновесия Л. Вальраса лучше характеризуется:

короткий период;

длительный период;

верно все перечисленное.

72.Фиксация цен на уровне ниже равновесной цены означает

образуется дефицит;

не работает механизм рыночной координации;

образуется излишек;

дефицит ослабевает;

дефицит усиливается.

73.Понятие "период" в статических моделях это:

месяц;

год;

какой-либо отрезок времени;

отрезок времени, в котором по-разному изменяются затраты.

74.Период, в котором повышение спроса обуславливает не только рост цен, но и увеличение объема предложения, так как фирмы успевают изменить некоторые факторы (увеличить закупки сырья, ввести третью смену и др.) в соответствии со спросом является:

мгновенным;

коротким;

длительным;

очень длительным.

75.На рынке совершенной конкуренции при известных спросе и предложении в точке равновесия объем продаж?

минимальный;

может быть увеличен при установлении цены ниже равновесной;

может быть увеличен при установлении цены выше равновесной;

максимальный.

76.Сдвиг влево кривой предложения произошел из-за?

снижения цены на один из факторов производства;

роста доходов покупателей;

роста объема дотаций производителям;

сокращения числа производителей.

77.Условием совершенной конкуренции является неоднородность товаров:

да;
нет.

78.Признаком совершенной конкуренции является широкое распространение фирменных знаков:

да;
нет.

79.Введение налога на единицу продукции означает, что тяжесть налогового бремени несут:

производители;
потребители;
и производители, и потребители;
чиновники, которые его собирают.

80.Спрос является неэластичным по цене, когда процентное изменение величины спроса больше процентного изменения цены товара:

да;
нет.

81.Эластичность спроса по цене показывает, на какую сумму денег меняется спрос при изменении цены товара на один рубль:

да;
нет

82.Спрос на пластиковые карточки менее эластичен, чем спрос на сахар

да;
нет.

83.Спрос на экономическую литературу в киоске факультета управления МГУ более эластичен, чем спрос на экономическую литературу в г. Краснодаре:

да;
нет.

84.Одновременный рост предложения товара со снижением спроса на него обязательно приведет к ...

снижению объема продаж;
увеличению объема продаж;
снижению равновесной цены;
увеличению равновесной цены.

85.Спрос на благо неэластичен, если ценовая эластичность спроса:

больше 3;
меньше 1;
меньше 0;
больше 1, но меньше 3.

86.Если бы эластичность спроса на компьютер была нулевой, это означало бы, что:

потребители готовы купить любой объем данного блага по любой цене;
потребители не согласятся ни на какие изменения в объемах предложения и ценах компьютеров;
по имеющимся ценам можно продавать любые количества компьютеров;
данное количество компьютеров будет куплено по высоким ценам.

87.Если спрос на йогурт эластичен по цене, то уменьшение цены на него приведет к:

росту расходов населения на предметы роскоши;
снижению расходов населения на йогурт;
повышению спроса на йогурт;
снижению спроса на продукты питания.

88.Эластичность спроса по цене измеряется как?

изменение в количестве, на которое предъявляется спрос, деленное на изменение в цене;

изменение в цене, деленное на изменение в кол-ве, на которое предъявляется спрос;
относительное изменение в количестве, деленное на относительное изменение цены;
наклон кривой спроса.

89.Ценовая эластичность вертикально расположенной кривой предложения:

равна нулю;
равна единице;
бесконечно велика;
ничего из перечисленного не подходит.

90.Владелец одной акции АО является его:

кредитором;
задолжником;
совладельцем;
управляющим.

91.Ценовая эластичность предложения находится в прямой зависимости от:

удельного веса товара в бюджете потребителя;
фактора времени;
верно а) и б).

92.Деятельность фирмы может подразумевать производство, транспортировку, хранение и покупку продукции с целью ее последующей перепродажи:

да;
нет.

93.Постоянные издержки – это:

валовые издержки фирмы;
минимальные издержки фирмы, связанные с изготовлением определенного объема продукции;
издержки, связанные с реализацией продукции;
издержки, которые имеют место даже, если продукция не производится.

94.Прибыль предприятия может быть рассчитана как:

доход минус налоги и амортизация;
доход минус заработная плата;
доход минус затраты на сырье и материалы;
доход минус совокупные издержки.

95.полученный сверх нормальной прибыли, необходимой для сохранения заинтересованности предпринимателя в данном направлении деятельности:

да;
нет

96.Средние издержки вычисляются путем деления валовых издержек на общее количество продукции:

да;
нет.

97.Примером переменных издержек в краткосрочном периоде может быть:

аренда помещения;
затраты на сырье и материалы;
амортизация основного капитала;
зарплата управленческого персонала.

98.Какой из нижеперечисленных доходов называют предельным?

выручку от реализации всей продукции;
приращение валового дохода от продажи дополнительной единицы продукции;
доход, рассчитанный на единицу данной продукции.

99.В краткосрочном периоде фирма производит 100 единиц продукции. Средние переменные издержки составляют 4 долл., средние постоянные - 0,5 долл. Общие издержки составят:

4,5 долл.;
450 долл.;
400 долл.;
50 долл.

100.Для монополистической конкуренции характерно, что?

фирмы не могут входить и выходить с рынка;
на рынке действует ограниченное число фирм;
фирмы, действующие на рынке, выпускают разнообразную продукцию.

101.От ценовой войны выигрывают:

потребители;
производители;
и потребители, и производители.

102.Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

совершенной конкуренцией;
монополистической конкуренцией;
монополией;
олигополией.

103.В долгосрочном периоде все факторы производства рассматриваются, как?

постоянные;
переменные;
полные экономические затраты;
упущенные выгоды.

104.Производственная функция - это?

затраты, которые необходимо осуществить на тот или иной объем выпуска;
наиболее выгодный для фирмы выпуск при данных ценах на ресурсы;
максимальное количество продукта, которое можно получить, используя данное сочетание ресурсов;
минимальное количество продукции, которое можно получить, используя данное сочетание ресурсов.

105.Цена предложения – это?

максимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара;
минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара;
минимальная цена, по которой продавцы продают свои товары на рынке;
средняя арифметическая из максимальной и минимальной цены сделки.

106.Чтобы найти постоянные затраты необходимо?

из средних общих затрат вычесть средние переменные затраты;
из общих затрат вычесть переменные;
из общих затрат вычесть переменные и разделить на объем выпуска;
из постоянных затрат вычесть переменные.

107.Равновесная цена товара – это:

цена выше той, которая создает избыточный спрос;
цена, при которой нет ни избытка, ни дефицита товара;
все ответы правильные.

108.Производство эффективно, если в нем обеспечено:

полное использование трудовых ресурсов;
полное использование производственных ресурсов;

полное использование всех имеющихся ресурсов.

109.Конкуренция – это:

борьба производителей за получение наивысшей прибыли;

движущая сила рынка;

экономическая состязательность за достижение наилучших результатов;

борьба покупателей за право покупать товары по более низким ценам;

все ответы верны.

110.Продажа одинаковой продукции разным покупателям по разным ценам – это:

научно-техническое соперничество;

ценовая дискриминация;

неценовая дискриминация;

промышленно-производственное соперничество.

111.Характерными чертами монополии являются следующие условия:

существует практически неопределимые входные барьеры в отрасль;

существует небольшое кол-во конкурирующих фирм;

отсутствует контроль над ценами;

имеется только одна крупная фирма.

112.Рынок товара находится в равновесном положении если …

объем спроса на товар равен объему предложения;

на рынке не существует ни избытка, ни дефицита товара;

при данной цене намерения покупателей купить данное кол-во товара с намерениями продавцов продать то же кол-во товара;

все ответы верны.

113.Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для:

производства продукции, выполнения работ, оказания услуг;

удовлетворения общественных потребностей;

получения прибыли;

производства продукции, выполнения работ, оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

114.В производственную структуру предприятия входят:

основные производственные цехи;

вспомогательные цехи;

побочные цехи;

подсобные цехи;

конструкторские и технологические подразделения;

все выше перечисленное.

115.К социальной инфраструктуре предприятия не относится:

система жилищно-бытового обслуживания;

система общественного питания;

система коммуникаций;

система здравоохранения.

116.Порядок формирования уставного капитала предприятия зависит от организационно-правовой формы предприятия:

да;

нет.

117.В состав основных средств не входят:

здания;

сооружения;

запасы материалов на складе;

транспортные средства.

118.Основные фонды при зачислении их на баланс предприятия в результате приобретения, строительства оцениваются по:

восстановительной стоимости;
первоначальной стоимости;
остаточной стоимости;
ликвидационной стоимости.

119.Утрата стоимости основными средствами независимо от степени утраты ими технико-экономических свойств под влиянием научно-технического прогресса характеризует:

моральный износ;
физический износ.

120.Амортизация основных средств – это:

износ основных средств;
процесс перенесения стоимости основных фондов на создаваемый продукт;
восстановление основных фондов;
расходы на содержание основных средств.

121.К фондам обращения относятся:

материальные ресурсы предприятия;
транспортные средства, производственные здания, сооружения;
готовая продукция на складе предприятия, продукция отгруженная, денежные средства и средства в незаконченных расчетах;
прибыль.

122.К нормируемым оборотным средствам не относятся:

производственные запасы;
незаконченная продукция;
расходы будущих периодов;
готовая продукция на складе;
денежные средства.

123.Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует уровень технической оснащенности труда:

да;
нет.

124.Лица, непосредственно участвующие в производственном процессе по изготовлению продукции и занятые в сфере обслуживания основного производственного процесса, относятся к категории:

инженерно-технических работников;
служащих;
рабочих;
младшего обслуживающего персонала;
учеников;
работников охраны.

125.К формам общественной организации производства не относится:

концентрация;
специализация;
монополизация;
кооперирование;
комбинирование.

126.К формам концентрации промышленности в целом не относится:

концентрация производства технологически и конструктивно однородной продукции на специализированных предприятиях;
технологическая концентрация;
концентрация взаимосвязанных разнородных производств одной или разных отраслей промышленности в рамках одного предприятия-комбината
заводская концентрация;

производственно-техническая концентрация.

127.Верно ли утверждение, что увеличение концентрации производства способствует:

оптимальному сочетанию крупных, средних и малых предприятий;

развитию монополизма;

снижению дефицита продукции;

лучшему использованию основных и оборотных фондов, рабочей силы.

128.Поглощения, которые прибыльны благодаря приносимым ими улучшениям в работе фирмы и для которых мотивом служит последующее повышение рыночной оценки активов, называются:

управленческими;

аллокативными;

стяжательскими.

129.Причинами возникновения естественной монополии могут быть:

особенности технологии, обладающей положительной отдачей от масштаба при любом объеме выпуска;

недостаточная емкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском;

объединение всех фирм в отрасли и создание картеля;

эффективная маркетинговая политика фирмы, в результате которой фирма вытесняет всех своих конкурентов с рынка;

производство уникального продукта.

130.Разделение труда, усложнение процесса управления, дополнительные затраты на объединение, усиление барьеров входа на рынок являются:

стимулом к вертикальной интеграции;

мотивом против вертикальной интеграции.

140.Вертикальная интеграция не способствует:

снижению трансакционных издержек;

решению проблемы «двойной надбавки»;

снижению барьеров входа в отрасль;

диверсификации производства.

141.Отношения толлинга или давальчества, предусматривающие сохранение права собственности поставщика промежуточной продукции на конечный продукт при условии оплаты добавленной стоимости его производителю – это разновидность:

вертикальной интеграции;

вертикальных ограничений.

142.Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами возникают для решения таких проблем как проблема «дистрибьюторов-безбилетников», проблема «производителей безбилетников», проблема избыточной конкуренции между дистрибьюторами

да;

нет.

143.Некооперативное взаимодействие олигополистов на рынке, когда в качестве стратегической переменной ими рассматривается объем выпуска, описывается:

моделями Курно и Штакельберга;

моделями Эджворта и Бертрана.

144.Некооперативное поведение олигополистов на рынке, когда в качестве стратегической переменной они рассматривают цену, описывается;

моделями Курно и Штакельберга;

моделями Эджворта и Бертрана.

145.Картель – это ассоциация фирм, которые заключили явное или тайное соглашение о координации своей деятельности:

да;

нет.

146.Возникновение картелей возможно:

на рынке совершенной конкуренции;

на рынке монополистической конкуренции;

на рынке олигополии;

на монопольном рынке.

147.Если картель включает все фирмы, действующие в отрасли, отрасль становится:

олигополией;

монополией.

148.Причинами возникновения естественной монополии не могут быть:

особенности технологии, обладающей положительной отдачей от масштаба при любом объеме выпуска;

стремление фирм максимизировать прибыль;

недостаточная емкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском.

149.Минимально эффективный выпуск – это:

объем выпуска, при котором положительная отдача от масштаба сменяется постоянной или отрицательной;

объем выпуска, меньше которого производить не рентабельно;

все перечисленное верно.

150.В цели государственной антимонопольной политики не входит:

обеспечение эффективности производства и распределения ресурсов в экономике;

предотвращение и ликвидация нежелательных рыночных структур;

помощь одним группам экономических агентов за счет других (например, содействие малым фирмам в их конкуренции с крупными);

ликвидация всех крупных фирм.

151.При предметной структуре основные цехи предприятия строятся по признаку изготовления определенного изделия, его части, либо группы деталей:

да;

нет.

152.Штучный выпуск изделий разнообразной и непостоянной номенклатуры ограниченного потребления характеризует следующий тип организации производства:

единичным производством;

серийным производством;

массовым производством.

153.Показатель фондоотдачи характеризует:

объем товарной продукции, приходящейся на 1 руб. основных фондов;

уровень технической оснащенности труда;

удельные затраты основных фондов на 1 руб. реализованной продукции;

количество оборотов оборотных средств.

154. Количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени – это:

выработка;

трудоемкость.

155.Система оплаты труда, при которой кроме заработной платы за количество произведенной продукции рабочему выплачивают премию за достижение установленных количественных и качественных показателей, является:

прямой сдельной;

сдельно-премиальной;

сдельно-прогрессивной;

косвенно сдельной;

аккордной.

156.Количество объектов (единиц оборудования, рабочих мест и т.д.), которое должен обслужить работник в единицу времени (час, смену, месяц) – это:

норма времени;
норма выработки;
норма обслуживания;
норма численности.

157.Стратегия ликвидации является разновидностью стратегии сокращения:

да;
нет.

158.К функциональной стратегии предприятия не относится:

стратегия НИОКР;
стратегия интеграции;
производственная стратегия;
маркетинговая стратегия;
финансовая стратегия.

159.Маркетинговая стратегия – это комплекс мероприятий по разработке, производству и сбыту товаров (услуг) на основе запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия:

да;
нет.

160.Обязательства по прошлым стратегиям относятся к числу факторов, оказывающих влияние на выбор стратегии:

да;
нет, так как новая стратегия ставит новые цели, задачи и выдвигает новые обязательства предприятию.

161.На предприятии одновременно может существовать несколько бизнес-планов:

да;
нет.

162.Производственная программа предприятия разрабатывается:

только по тем видам продукции, которые пользуются стабильным спросом;
только по наиболее рентабельным видам продукции;
по всей номенклатуре и ассортименту продукции.

163.Производственная мощность предприятия – это:

количество выпускаемой в течение года продукции;
максимально возможный выпуск продукции за единицу времени;
стоимость производственного оборудования;
численность промышленно-производственного персонала предприятия.

164.В структуру цены входит:

себестоимость (издержки производства);
косвенные налоги;
прибыль;
все вышеперечисленное.

165.Стабильно высокий доход предприятию обеспечивает:

стратегия высоких цен;
стратегия «средних» цен;
стратегия низких цен;
все вышеперечисленные стратегии.

166.К условно-переменным затратам не относятся:

затраты на сырье и материалы;
заработная плата производственного персонала;
амортизационные отчисления;
затраты на топливо и энергию.

167.К числу экономических элементов себестоимости продукции не относятся:

материальные затраты;

затраты на оплату труда;

отчисления на социальные нужды;

амортизация основных фондов;

цеховые расходы;

прочие затраты.

168.Прибыль от реализации продукции - это:

стоимость реализованной продукции;

выручка, полученная от реализации продукции;

разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и ее себестоимостью;

совокупная прибыль от всех видов деятельности.

169.Чистая прибыль предприятия равна:

балансовой прибыли;

разнице между валовой выручкой и издержками;

прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов;

совокупной прибыли от всех видов деятельности.

170.Конкурентоспособность продукции - это:

способность продукции удовлетворять потребности человека в соответствии с назначением;

отсутствие недостатков в продукции;

совокупность потребительских и стоимостных характеристик продукции, позволяющих ей выдержать конкуренцию на рынке;

соответствие продукции государственным стандартам качества.

171.Качество продукции – это:

+совокупность свойств продукции, призванных удовлетворять потребности человека в соответствии с назначением;

отсутствие бракованных изделий;

отсутствие недостатков в продукции.

172.Сертификация продукции проводится для:

удостоверения соответствия качества нормативам назначения;

подтверждения соответствия свойств продукции установленным требованиям;

подтверждения соответствия качества.

173.Наиболее точное определение инвестиции:

вложение финансовых средств в различные виды экономической деятельности с целью сохранения и увеличения капитала;

приобретение ценных бумаг;

вложение денег на депозитные счета в банках.

174.Последовательность основных стадий подготовки производства новой продукции:

теоретические исследования → опытно-конструкторские работы → освоение производства новой продукции;

опытно-конструкторские работы → теоретические исследования → освоение производства новой продукции;

теоретические исследования → освоение производства новой продукции → опытно-конструкторские работы.

175.Эффективность использования капитала характеризуется его:

доходностью (рентабельностью);

оборачиваемостью.

176.Бухгалтерский баланс строится таким образом, чтобы зафиксировать финансово-экономическое состояние предприятия на определенную дату. Эта

особенность характеризуется понятием:

условности;
статичности.

177.Ликвидность баланса означает ликвидность предприятия:

да;
нет.

178.Первоочередным источником формирования внеоборотных активов предприятия является:

собственный капитал;
долгосрочные обязательства;
заемный капитал.

179.В состав реализованной продукции входит (-ят)...

суммы, полученные от продажи имущества;
авансы, полученные от клиентов;
оплаченная готовая продукция;
доходы от долевого участия и курсовые разницы.

180.Действия, осуществляемые при создании, эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества – это:

управление исполнением;
управление качеством;
конкуренция;
управление потребителями.

181.Основой для расчета оптовой цены предприятия является _____ себестоимость продукции.

производственная;
полная;
общехозяйственная;
технологическая.

182.Остаточная стоимость объекта основных средств отражает...

неамортизированную часть стоимости объекта основных средств;
стоимость объекта основных средств, полученную в результате переоценки;
рыночную стоимость объекта основных средств на данный момент времени;
стоимость объекта основных средств, перенесённую на стоимость произведённой продукции.

183.На коэффициент износа и сумму амортизации оборудования влияют...

условия эксплуатации оборудования;
появление новых, более экономичных видов техники;
метод начисления амортизации;
загрузка оборудования по мощности.

184.Процесс определения минимальной, но достаточной (для нормального протекания производственного процесса) величины оборотных средств на предприятии – это…

прогнозирование;
нормирование;
идеализирование;
планирование.

185.Основной целью государственной политики в области занятости является …

обеспечение полной, эффективной и свободно избранной занятости;
изучение и регулирование рынка труда;
достижение международных стандартов в области качества жизни;
социальное страхование безработных.

186.Уменьшение стоимости машин и оборудования под влиянием сокращения общественно необходимых затрат на их воспроизводство и внедрения новых технологий отражает…

моральный износ;
физический износ;
физический износ нематериальных активов;
износ основных фондов.

187.В результате увеличения норм выработки при сохранении объема выпуска увеличится (-атся)...

численность;
фонд оплаты труда;
нормы времени;
производительность.

188.Группировка затрат отдельно по видам изделий называется…

калькуляцией себестоимости;
структурой цены;
сметой затрат на производство;
общепроизводственная себестоимость.

189.К переменным расходам относятся такие статьи затрат, как...

топливо и энергия на технологические цели;
амортизация;
арендная плата;
общехозяйственные расходы.

190.Прибыль от реализации продукции составила 100 тыс. руб. Прочие доходы составили 50 тыс. руб., прочие расходы - 40 тыс. руб. Балансовая прибыль (до налогообложения) составила ___ тыс. руб.

90;
110;
100;
80.

191.Показатель фондоотдачи рассчитывается путем деления…

средней величины основных фондов на объем продукции;
средней величины основных фондов на среднесписочную численность персонала;
объема продукции на среднюю величину основных фондов;
объема продукции на среднесписочную численность персонала.

192.Балансовый метод планирования предполагает…

превышение доходов над расходами за период планирования;
учет ресурсов в денежном выражении;
отражение всех операций в бухгалтерском балансе;
сбалансированность потребности в ресурсах и источников их покрытия.

193.Структура бизнес-плана НЕ включает _____ план.

бухгалтерский;
финансовый;
маркетинговый;
производственный.

194.Исследовательская деятельность, направленная на получение и переработку новых оригинальных доказательных сведений и информации, называется …

производственной работой;
интеллектуальной деятельностью;
трудовой деятельностью.

195.К привлеченным источникам собственного капитала предприятия относятся…

собственные средства предприятия;
прибыль;
амортизация;
паевые взносы трудового коллектива.

196.Элементы средств производства, которые участвуют в процессе производства однократно и изменяют свою натурально-вещественную форму, называются…

персонал;
машины и инструменты;
предметы труда;
орудия труда.

197.Низкий уровень конструкторской и технологической подготовки производства характерен для _____ типа производства.

серийного;
любого;
массового;
единичного.

198.Принцип прямоточности при организации производства наиболее полно реализуется при организации _____ производства.

массового;
специализированного;
единичного.

199.Производство образцов научно-технических разработок обеспечивается следующим типом организации производства…

крупносерийным;
единичным;
массовым.

200.Предельный доход – это:

валовой доход на единицу продаж;
валовой доход на единицу произведенной продукции;
изменение дохода в результате изменения продаж на единицу;
все ответы неверны.

201.Что произойдет, если государство введет предел цен на некоторый товар на уровне выше равновесного?

равновесная цена поднимется до этого уровня;
будет ощущаться нехватка данного товара;
предложение данного товара уменьшится;
возникнет избыток данного товара.

202.Товары X и Y являются взаимодополняемыми благами. Снижение цены на товар X при прочих равных условиях вызовет:

повышение цены товара Y;
рост объема продаж товара Y;
снижение объема продаж товара X.

203.Что не входит в общепринятую классификацию рыночных структур:

монополия;
олигополия;
теневой бизнес;
совершенная конкуренция.

204.Что не относится к нестратегическим барьерам отраслевого рынка:

стратегическое ценообразование;
вертикальная интеграция;

диверсификация деятельности фирмы;
дифференциация товаров.

205.Олигополия - это:

содружество частных предприятий;
тип рыночной структуры;
фирма монополист;
способ интеграции производств.

206.Какая из следующих характеристик относится к понятию «объединение вертикально типа»:

все предприятия объединения производят однородный продукт;
объединяет технологически не связанные между собой предприятия различных отраслей в целях получения стабильно высокой прибыли;
все предприятия объединения относятся к последовательным стадиям процесса производства общего конечного продукта.

207.Олигополия как рыночная структура характеризуется следующими чертами:

производство дифференцированных продуктов;
производство однородных продуктов;
наличие множества производителей;
функционирование нескольких крупных фирм;
концентрация производства в руках одного производителя;
все ответы неверны.

208.Что из ниже перечисленного не относится к типологии границ разделения рынков:

локальные;
финансовые;
временные;
продуктовые.

209.В отношении каких из ниже приведенных случаев, с Вашей точки зрения, было бы целесообразно принять антимонопольное законодательство:

на основе тайного сговора директора нескольких фабрик по производству бытовых электроприборов устанавливают единые цены на свою продукцию, что позволяет им диктовать условия продаж в отрасли;
происходит слияние одной из многочисленных страховых компаний и завода по производству синтетических волокон;
происходит слияние нескольких заводов по производству синтетических волокон;
завод по производству химических удобрений, благодаря внедрению новой технологии и полученному эффекту экономии на масштабах производства, имеет возможность диктовать условия продаж в отрасли.

210.Факторами формирования монополии не являются:

авторские права;
лицензии;
контроль над единственным источником сырья;
производство и сбыт товара, имеющего заменителей.

211.Олигополия – это рыночная структура, где оперирует:

большое количество фирм, производящих однородный продукт;
большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;
небольшое количество конкурирующих фирм;
только одна крупная фирма;
только один крупный покупатель.

212.Какой из ниже перечисленных методов не относится к неценовой конкуренции:

более высокая надежность товара;

более современный дизайн;

зачет сданного старого товара в качестве первого взноса за новый;

продажа нового товара с существенно улучшенными потребительскими качествами и незначительным (по сравнению с улучшением) повышением цен.

213.Примером естественной монополии является:

ОПЕК – международный нефтяной картель;

компания IBM;

издательство «Известия»;

городской метрополитен.

214.К наиболее вероятным путям решения проблемы асимметрии информации относятся все перечисленные, кроме:

стандартизация и сертификация товаров;

принятие соответствующих законодательных актов;

отсутствие гарантий по обслуживанию;

введение института независимых экспертов.

215.Допустим, что в отрасли существуют всего 4 фирмы, т.е. представлен олигополистический рынок. Каким путем фирма-олигополист предпочтет максимизировать прибыль:

повышением цен на свою продукцию;

улучшением качества своих товаров;

активной рекламной политикой;

снижением цен на свою продукцию;

разработкой явного или неявного соглашения о совместной ценовой политике с другими фирмами этой же отрасли;

снижением издержек.

216.Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим:

дифференциация продукта;

эластичность и темпы роста спроса;

применение запретительных цен;

иностранная конкуренция.

217.Можно ли осуществить ценовую дискриминацию:

при продаже яблок одинакового качества в гастрономе?

при продаже учебников по курсу «Экономика» для студентов старших и младших курсов?

при продаже трикотажных женских платьев одинакового качества в престижном супермаркете в центре Москвы и в маленьком магазинчике на её рабочей окраине?

218.К ценовым барьерам относится:

дополнительное инвестирование;

применение запретительных цен;

дифференциация продукции;

вертикальная интеграция.

219. Дуополия – это…

действие на рынке двух крупных компаний;

слияние двух крупных компаний;

противодействие двух крупных компаний.

220.Выделите тип рыночной структуры, характеризующий монополистическую конкуренцию:

большое количество продавцов и покупателей, однородность продукции, свободный вход на рынок и выход с него, совершенная информация о состоянии рынка;

большое количество продавцов и покупателей, дифференциация продукции, свободный вход на рынок и выход с него, идентичные условия издержек и спроса;

малое число продавцов и много покупателей, однородные или дифференцированные продукты, труднодоступный вход на рынок;

один продавец и много покупателей, отсутствие товаров заменителей, высокий барьер входа блокирован вход новых фирм на рынок.

221.Выделите тип рыночной структуры, характеризующий монополию:

большое количество продавцов и покупателей, однородность продукции, свободный вход на рынок и выход с него, совершенная информация о состоянии рынка;

большое количество продавцов и покупателей, дифференциация продукции, свободный вход на рынок и выход с него, идентичные условия издержек и спроса;

малое число продавцов и много покупателей, однородные или дифференцированные продукты, труднодоступный вход на рынок;

один продавец и много покупателей, отсутствие товаров заменителей, высокие барьеры входа, блокирован вход новых фирм на рынок.

222.Рыночная концентрация продавцов товара отражает …

удельный вес крупных фирм, доминирующих на данном рынке;

удельный вес крупных фирм в отрасли, доминирующих по объему выпуска продукции и соответственно по объему продаж на рынке;

оба ответа верны.

223.Анализ структуры отраслевого рынка наиболее часто отождествляется с познавательной операцией, которая фиксирует

уровень концентрации покупателей однородной продукции;

+уровень концентрации продавцов однородной продукции;

упорядоченность покупателей однородной продукции;

количество покупателей однородной продукции.

224.Экономия от масштабов как структурный барьер отождествляется

со снижением средних затрат в длительном периоде, которое происходит по мере сокращения объема выпуска фирмы;

со снижением средних затрат в длительном периоде, которое происходит по мере увеличения объема выпуска фирмы;

со снижением предельных затрат в длительном периоде, которое происходит по мере увеличения объема выпуска фирмы;

со снижением предельных затрат в длительном периоде, которое происходит по мере сокращения объема выпуска фирмы.

225.В качестве основных сфер антимонопольного регулирования принято определять

доминирующее положение хозяйствующего субъекта;

договорные отношения государства с частными агентами;

согласованные действия хозяйствующих субъектов

осуществление недобросовестной конкуренции.

226.Результативность как эффект отраслевого рынка предполагает реализацию, прежде всего, следующих его предназначений

рациональности использования экономических ресурсов;

инновационной деятельности;

справедливости вознаграждения отраслевых производителей;

расширение масштабов бизнеса.

227.Отрасль характеризуется единством и однородностью:

потребляемых сырьевых ресурсов;

применяемых технических и технологических ресурсов;

используемых трудовых ресурсов;

экономических интересов.

228.Если наблюдается положительная корреляция движения цен товаров в течение длительного периода времени, то это может свидетельствовать о том, что:

товары не являются устойчивыми заменителями;
товары являются товарами первой необходимости;
товары являются товарами длительного пользования;
товары являются устойчивыми заменителями.

229.Если выручка производителей конкретного товара сокращается при увеличении его цены, то это может указывать на то, что:
у данного товара нет близких заменителей;
данный товар является товаром первой необходимости;
данный товар является товаром длительного пользования;
у данного товара есть близкие заменители.

230. Факторами объективного и субъективного характера, из-за которых новым фирмам трудно функционировать в выбранных отраслях являются:
концентрация продавцов на рынке;
положительная отдача от масштаба;
барьеры входа на рынок.

231.Фирма, которая является лидером на рынке, имеет возможность оказывать влияние на рыночную цену продукции, которую выпускает, и на функционирование на этом рынке конкурентных фирм-аутсайдеров – это:
диверсифицированная фирма;
доминирующая фирма;
вертикально интегрированная фирма.

232.Понятие рыночной или монопольной власти базируется на сравнении анализируемых рынков с рынком:
совершенной конкуренции;
монополистической конкуренции;
монополии.

233.Дифференциация продукта означает:
реализацию разнообразных товаров на различных отраслевых рынках;
разнообразие товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность и обладающих одними и теми же базовыми характеристиками;
превышение цены над предельными издержками.

234.Для характеристики пространственной дифференциации используют модели:
оптимизации производственной программы;
линейного города;
имитационные;
кругового города.

235.Совершенная ценовая дискриминация – это когда:
фирме удается назначить такие цены, при которых весь потребительский излишек данного рынка переходит к ней;
фирма вынуждена продавать весь объем выпуска по той цене, которую предлагает рынок;
фирма снижает цены на единицу товара в течение определенного промежутка времени.

236.Причинами возникновения естественных монополий являются:
недостаточная емкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском;
особенности технологии, обладающей постоянной положительной отдачей от масштаба;
низкие инвестиционные затраты, связанные с входом в отрасль.

Критерии оценивания компетенций (результатов):

За тест студент может получить оценки «удовлетворительно», «хорошо»

либо «отлично».

описание шкалы оценивания

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент дал верных ответов от 40 % до 70 %, оценка «хорошо» - если количество верных ответов от 70 % до 90 %,оценка «отлично» - не менее 90 %.

7.2.2 Типовые контрольные задания

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций используются следующие типовые контрольные задания:

Типовые контрольные вопросы

1. Введение в теорию отраслевых рынков. Исторический обзор. Роль экономической теории отраслевых рынков для выработки стратегии и тактики поведения фирмы в разных рыночных структурах, классификации рынков, регулирования отраслей, выработки оптимальной промышленной политики и политики регулирования естественных монополий.

2. Рынок (определение). Отрасль (определение). Несовпадение понятий рынок и отрасль. Классификационные признаки рыночных структур. Примеры.

3. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.

4. Сравнительный анализ основных типов рынков: рынки свободной конкуренции, квазиконкурентные рынки, монополистическая конкуренция, олигополия, рынки с вертикальной интеграцией (или ограничениями), рынки с асимметричной информацией, рынки с доминирующей фирмой, чистая монополия и монопсония, естественная монополия, картель.

5. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, коэффициент Ротшильда. Методы расчета и приблизительные их значения для каждого вида рынка. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике, опыт оценки их значений и выводов для определения рыночной структуры и рыночной власти фирмы в

развитых странах.

6. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого индекса.

7. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), эффект крупного капитала, эффект крупномасштабных методов стимулирования сбыта.

8. Факторы, определяющие структуру рынка: случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.

9. Фирма: определения и признаки. Основные концепции фирмы

10. Проблемы, возникающие при принятии предпосылки о максимизации прибыли как основном мотиве деятельности фирмы. Альтернативные цели фирмы (перечислить).

11. Цели акционеров (максимизации дивидендов, максимизация курсовой стоимости акций, максимизация благосостояния акционеров). Возможность возникновения конфликтов при несовпадении целей различных акционеров.

12. Цели индивидуального собственника. Модель выбора между доходом (прибылью) и свободным временем.

13. Цели менеджеров. Максимизация объема продаж. Способы контроля за деятельностью менеджеров.

14. Цели менеджеров. Максимизация административных (накладных) расходов. Способы контроля за деятельностью менеджеров.

15. Цели менеджеров. Максимизация темпов роста фирмы. Способы контроля за деятельностью менеджеров.

16. Цели кредиторов. Выбор инвестиционного решения (получение

максимума дохода на вложенные средства). Конфликт интересов между держателями акций и держателями облигаций. Цели дебеторов.

17. Семейная фирма.

18. Цели работников (самоуправляющаяся фирма).

19. Неприбыльная организация.

20. Поведение государственного предприятия.

21. Монопольный рынок: предпосылки анализа, основные выводы по модели чистой монополии.

22. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты линейного и нелинейного случаев. Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.

23. Факторы, не учтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки и Х-неэффективность.

24. Многозаводской монополист.

25. Регулирование монополии: установление предельной цены, налогообложение (3 вида).

Вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях)

1. Отраслевой рынок. Подходы к анализу отраслевых рынков в мировой экономической литературе: положительные стороны и ограничения.

2. Базовая парадигма «Структура - поведение – результативность». Гарвардская и чикагская традиции в анализе поведения фирм на рынке.

3. Технологические и институциональные факторы выбора границ фирмы. Горизонтальные границы. Минимальный эффективный выпуск. Относительное преимущество в издержках. Вертикальные границы фирмы. Выбор «покупать или производить».

4. Организационная структура, размеры и эффективность фирм.

Внутренняя структура фирмы.

5. Институциональный подход к анализу фирмы с точки зрения трансакционных издержек: причины существования рынков и фирм. Трансакционные издержки и издержки по управлению. Трансакционные издержки и издержки по контролю в определении границ рынка и фирмы.

6. Альтернативные цели фирмы и агентов внутри фирмы. Агентская проблема, отделение собственности от управления и инструменты корпоративного управления. Национальные модели корпоративного управления.

7. Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Показатели рыночной власти фирм: индекс Бейна, индекс Лернера, коэффициент Тобина, коэффициент Ротшильда.

8. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших фирм, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана: положительные стороны и ограничения.

9. Барьеры входа на рынок: понятие (определения Дж.Бэйна, Дж.Стиглера, А.Вайзцекера), классификация. Классификация отраслей Дж.Бейна по высоте барьеров входа.

10. Нестратегические барьеры. Емкость рынка. Барьер капитальных затрат. Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация.

11. Стратегические барьеры. Ценообразование, ограничивающее вход: модель Бейна, модель Модильяни. Грабительское ценообразование. Барьер избыточных мощностей. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами. Дифференциация товара. Оценка высоты барьеров входа.

12. Олигопольный рынок: предпосылки. Классификация моделей

олигополии.

13. Парадокс Бертрана. Предпосылки модели Бертрана и последствия отказа от них. Повторяющиеся взаимодействия и «народная теорема».

14. Дифференциация продукта и ценовая конкуренция. Выбор цен в условиях ограниченных мощностей, модель Бертрана-Эджворта. Взаимосвязь между моделями Бертрана и Курно.

15. Сговор. Повторяющиеся взаимодействия и стабильность сговора. Сговор и ценовые войны. Факторы, влияющие на стимулы к сговору.

16. Проблема выявления нарушений соглашений Антимонопольная политика в отношении явного и молчаливого сговора.

Критерии формирования оценок.

Семинарские занятия призваны научить студента самостоятельно работать с источником, анализируя его с позиций достоверности, информативности и возможностей для анализа поведения фирм в рамках отрасли и выработки отраслевой политики.

Целью семинаров для студентов, приступающих к изучению курса, является: 1) более глубокое знакомство с некоторыми узловыми вопросами соответствующего раздела; 2) обретение навыков научно-исследовательской работы на основе анализа текстов источников и применение различных методов исследования; 3) выработка умения самостоятельно и критически подходить к изучаемому материалу;

Критерии оценки:

5 баллов (отлично) – студент, хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение критически анализировать источники и

различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи, активно участвует в работе группы на семинаре.

4 балла (хорошо) – студент, хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение критически анализировать источники и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, не проявляет активность в работе группы на семинаре (готовится и отвечает только на один вопрос семинарского занятия).

3 балла (удовлетворительно) – студент, неполно владеет материалом, допуская отдельные неточности при изложении фактического материала, знает материал и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, умеет излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер.

2 балла (неудовлетворительно) - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами темы. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.

Текущая аттестация

При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре

(практическом занятии) учитываются:

- степень раскрытия содержания материала;

- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала;

- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются такие процедуры и технологии как тестирование и опрос на семинарах (практических занятиях).

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- практические контрольные задания (далее – ПКЗ), включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

По сложности ПКЗ разделяются на простые и комплексные задания.

Простые ПКЗ предполагают решение в одно или два действия. К ним можно отнести: простые ситуационные задачи с коротким ответом или простым действием; несложные задания по выполнению конкретных действий. Простые задания применяются для оценки умений. Комплексные задания требуют многоходовых решений как в типичной, так и в нестандартной ситуациях. Это задания в открытой форме, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, в т.ч. задания на индивидуальное или коллективное выполнение проектов, на выполнение практических действий или лабораторных работ. Комплексные практические задания применяются для оценки владений.

Типы практических контрольных заданий:

- задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на

результаты выполнения задания;

- установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),

- нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий);

- указать возможное влияние факторов на последствия реализации умения и т.д.

- задания на принятие решения в нестандартной ситуации (ситуации выбора, многоальтернативности решений, проблемной ситуации).

7.2.3. Подготовка рефератов, докладов, эссе, презентаций и т.д.

Типовые темы рефератов

1. Конкуренция и эффективность конкурентных рынков. Альтернативные концепции конкуренции: конкуренция как поведение экономических агентов, конкуренция как структура рынка.долгосрочные и краткосрочные аспекты конкуренции.

2. Монополия: причины существования. Потери общества от монопольного поведения в краткосрочном и долгосрочном периодах. Неэффективность монопольного ценообразования. Оценка потерь от монопольных эффектов: аллокативнаянеэффективность; производственная неэффективность (Х-неэффективность); динамическая неэффективность; распределительная неэффективность.

3. Многозаводской монополист. Модель монополиста, принимающего решения об оптимальном выпуске на нескольких заводах с разными технологиями.

4. Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Факторы, исключающие арбитраж. Практика ценовой дискриминации. Влияние ценовой дискриминации разных типов на общественное благосостояние.

5. Монополия и конкуренция с точки зрения общественного

благосостояния: эффективность, потери – минимальные, нулевые и максимальные. Особенность монополии на рынках с экстерналиями, на рынках общественных товаров.

6.Неполнота и асимметрия информации. Виды асимметрии информации на рынке. Проблемы «негативного отбора» и «морального риска» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Дж.Акерлофа.

7. Способы решения проблемы «неблагоприятного отбора». Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации.

8. Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации.

8.Доминирующая фирма: критерии, причины. Дуополия с однородным и дифференцированным товаром. Олигополия по Штакельбергу с N последователями. Модель Форхаймера.

10. Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель ценового лидерства. «Ценовой зонтик».

11. Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход.

12. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. «Самоубийственное» ценообразование.

13. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы. Модель Ланкастера.

14. Уровень концентрации покупателей. Двухсторонняя монополия. Власть продавца и власть покупателя: формы проявления. Власть покупателя: воздействие на параметры рыночного равновесия.

15. Вертикальная интеграция: причины в странах с развитой рыночной экономикой, в странах с переходной экономикой, в развивающихся странах.

Эффективность вертикальной интеграции. Модели «двойной надбавки», трансакционных издержек, неопределенности, сокрытия налогов, внешних эффектов.

16. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Действие уравновешивающей силы и потребительские цены. Двусторонняя олигополия. Перераспределение выгод.

17. Вертикальные ограничения: законодательный и экономический аспекты. Контроль уровня розничных цен в теории и на практике. Ограничительный франчайзинг.

18. Особенности вертикальных отношений в России.

Тематика эссе

1. Влияние инновации на структуру рынка.

2. Сетевые эффекты и структура рынка.

3. Вертикальная дифференциация как фактор формирования рыночной структуры и стратегия конкурентной борьбы.

4. Реклама как инструмент конкурентной борьбы.

Критерии формирования оценок.

Эссе

Написание эссе вырабатывает у студентов навыки, которые необходимы для написания самостоятельных исследовательских работ (например, выпускных квалификационных работ). В процессе выполнения исследовательской работы студенты применяют инструменты институциональной теории к моделированию и анализу конкретных экономических феноменов. Темы формулируются таким образом, чтобы задать студентам широкие рамки, в которых они должны поставить конкретный исследовательский вопрос (сформулировать узкую тему) и на него в работе дать ответ. Критерии оценки**:**

- Самостоятельность выполнения работы
- Постановка задачи – оригинальность, новизна, релевантность, корректность

- Выбор примера – актуальность, соответствие поставленной задаче
- Полнота ответа на поставленный вопрос
- Соответствие предложенной структуре
- Логичность и связанность изложения
- Выводы: связанность с проведенным анализом

Структура работы:

В исследовательской работе должны содержаться следующие компоненты:

Аннотация (0,5 стр.) В этом разделе должна быть кратко изложена основная идея работы и основной результат.

Введение и постановка проблемы (1-2 стр.) Здесь объясняется, что привлекло к анализу данной проблемы, какой вопрос исследуется, какова основная идея. Работа должна содержать четкую постановку исследовательского вопроса – в начале работы и ответ на него – в конце.

Основная часть (10-11 стр.) Обзор литературе по выбранной теме. Необходимо выбрать четыре и более академических источника, в которых раскрывается выбранная тема. Из обзора литературы должно быть понятно, на каких уже существующих результатах основана работа, а какой результат является целью данной работы, т.е. какая проблема будет решаться.

Строится формальная модель, позволяющая решить обозначенную проблему, иллюстрируется примером из реальной практики или строится вербальная «модель» (цепочка взаимосвязанных логических рассуждений в рамках выбранной теории), позволяющая решить обозначенную проблему, иллюстрируется примером из реальной практики.

Заключение (1-2 стр.) Здесь формулируются основные выводы, полученные в работе.

Список литературы ОФОРМЛЕНИЕ СТРОГО ПО СТАДАРТУ!!!

Текст работы должен содержать ссылки на все цитируемые источники.

Реферат

Тема реферата

«Стратегии повышения конкурентоспособности предприятия».

Критерии оценки:

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно»– тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы

7.2.3. Зачет

Вопросы к зачету

1. Предмет и методы экономики отраслевых рынков
2. Основные проблемы теории отраслевых рынков
3. Рынок и рыночные структуры
4. Барьеры входа на рынок
5. Показатели концентрации
6. Показатели монопольной власти
7. Чистая конкуренция.

8. Совершенная конкуренция.

9. Эффективность конкурентных рынков.

10. Понятие регионального потребительского рынка, его структура и основные участники, роль в экономике региона и государства.

11. Сущность концепции геомаркетинга и ее место в изучении механизмов регионального потребительского рынка.

12. Экономические регионы РФ.

13. Региональная и отраслевая экономическая интеграция.

14. Межрегиональные экономические связи.

15. Экономическая интеграция в современном мире.

16. Цели отраслевой политики государства

17. Антимонопольная политика государства. Международный опыт.

18. Антимонопольная политика в России

19.Современные направления исследований в теории отраслевых рынков.

20.Фирма: понятие и признаки. Основные концепции фирмы.

21.Цели деятельности фирмы и стратегии выживания фирмы.

22.Структура рынка: понятие, факторы, критерии классификации.

23.Понятие концентрации и показатели измерения.

24.Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков.

25.Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков.

26. Определение барьеров входа-выхода на рынок.

27.Виды нестратегических барьеров.

28.Виды стратегических барьеров.

29.Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.

30.Понятие и виды дифференциации продукта.

31. Модель пространственной дифференциации Хоттелинга.

32. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона.

33. Неполнота информации и ассиметричность.

34. Модель "рынка лимонов" Акерлофа.

35. Проблемы "риска недобросовестности контрагента" и "негативного отбора".

36. Решение "проблемы лимонов": сигналы о качестве.

37. Поведение доминирующей фирмы на рынке.

38. Классификация некооперативных стратегий поведения крупных фирм.

39. Кооперативные модели поведения олигополистов.

40.Понятия и виды ценовой дискриминации

41. Понятие и типы вертикальной интеграции.

42. Стимулы к вертикальной интеграции.

43.Виды вертикальной интеграции и вертикальных контрактов (ограничений).

44. Особенности вертикальных отношений в России.

45. Последствия вертикальной интеграции для экономики.

46.Естественная монополия: понятие, условия наличия и регулирование отраслей естественной монополии.

47. Взаимосвязи между структурой рынка и технологическими инновациями.

48. Государственная отраслевая политика: понятие, типы и принципы построения. 49.Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства.

50.Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации: зачет

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на вопросы теоретического характера и практического характера.

При оцениванииответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе;

- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов;
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно;
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану.

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается объем правильного решения.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

критерии оценивания компетенций (результатов):

зачтено, не зачтено.

описание шкалы оценивания:

Оценка «зачтено» ставится при: правильном, полном и логично построенном ответе; умении оперировать специальными терминами; умении приводить примеры; Либо, если в полном и логичном ответе: имеются негрубые ошибки или неточности; делаются не вполне законченные выводы или обобщения. Ошибки при ответе могут быть отредактированы постановкой дополнительного вопроса или решением ситуационной задачи по теме.

Оценка «не зачтено» ставится при: ответе на вопрос с грубыми ошибками; неумении оперировать специальной терминологией; неумении приводить примеры практического использования научных знаний

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1.Современная экономическая наука [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ред.: Н.Н. Думная, ред.: И.П. Николаева .— М. : ЮНИТИ-ДАНА,

2015 .— 535 с. — ISBN 978-5-238-02209-3 .— Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/352578

2.Гульпенко, К.В. Актуальные проблемы калькулирования в отраслях экономики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.В. Тумашик, К.В. Гульпенко .— М. : Проспект, 2017 .— 239 с. — ISBN 978-5-392-23808-8 .— Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/632940

8.2. Дополнительная литература

1.Розанова, Н.М. Микроэкономика. Задачи и упражнения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.М. Розанова .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 560 с. — (Практический курс) .— ISBN 978-5-238-01920-8 .— Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/352318

2.Позубенкова, Э.И. Микро- и макроэкономика (продвинутый курс) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П.С. Позубенков, Э.И. Позубенкова .— Пенза : РИО ПГСХА, 2014 .— 202 с. — Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/279017

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Негосударственное образовательное учреждение высшего образования «Институт экономики и правоведения (г.Назрань)». URL: http://institut-nazran.ru
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. URL: https://elibrary.ru
3. Государственная публичная научно-техническая библиотека России (ГПНТБ России). URL: http://www.gpntb.ru
4. Библиотека / marketolog.info: Стратегия развития бизнеса. URL: http://marketolog.info/
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] URL: http: // www.gks.ru.
7. РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] – новостной бизнес-портал. URL: http://www.rbc.ru.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

10.1. Организация образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Образовательный процесс по дисциплинеорганизован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся).Учебные занятияпредставлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

- семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;
- занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине (модулю). Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в институте.

По итогам текущей аттестации, ведущий преподаватель (лектор) осуществляет допуск обучающегося к промежуточной аттестации.

Допуск к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Обучающийся допускается к промежуточнойаттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных настоящей программой дисциплины в полном объеме. Преподаватель имеет право изменять количество и содержание заданий, выдаваемых обучающимся (обучающемуся), исходя из контингента (уровня подготовленности).

Допуск обучающегося к промежуточнойаттестации по дисциплине осуществляет преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия.

Обучающийся, имеющий учебные (академические) задолженности (пропуски учебных занятий, не выполнивший успешно задания(е)) обязан отработать их в полном объеме.

Отработка учебных (академических) задолженностей по дисциплине (модулю). В случае наличия учебной (академической) задолженности по дисциплине, обучающийся отрабатывает пропущенные занятия и выполняет запланированные и выданные преподавателем задания. Отработка проводится в период семестрового обучения или в период сессии согласно графику (расписанию) консультаций преподавателя.

Обучающийся, пропустивший *практическое занятие*, отрабатывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на *практическом* занятии вопросам в соответствии с настоящей программой или в форме, предложенной преподавателем. Кроме того, выполняет все учебные задания. Учебное задание считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

Преподаватель имеет право снизить бальную (в том числе рейтинговую) оценку обучающемуся за невыполненное в срок задание (по неуважительной причине).

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю). Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в

соответствии с положением о промежуточной аттестации обучающихся в институте.

Зачет принимает преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия по курсу.

10.2. Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины (модуля)

Для успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, которая является важнейшей формой организации учебного процесса.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,
- определите, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя,
- выполните домашнее задание.

Учтите, что:

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы (последние являются эффективными формами работы);
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не удовлетворительные результаты.

В самом начале учебного курса познакомьтесь с рабочей программой дисциплины и другой учебно-методической документацией, включающими:

- перечень знаний и умений, которыми обучающийся должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- учебники, учебные пособия, а также электронные ресурсы;
- перечень экзаменационных вопросов.

После этого у вас должно сформироваться чёткое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1.Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации образовательной программы имеются:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;

- для размещения учебных и методических материалов по дисциплине, а также для проведения контрольно-проверочного тестирования по каждой теме используется виртуальная образовательная среда института;

- библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенная компьютерами с доступом к базе данных и Интернету);

- каждый обучающийся во время самостоятельной подготовки обеспечивается рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет).

- организация взаимодействия преподавателя со студентами для осуществления консультационной работы по подготовке к практическим занятиям и подбору необходимой литературы.

11.2. Перечень программного обеспечения

Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://pravo.gov.ru;

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. URL: http://fgosvo.ru;

Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании». URL: http://www.ict.edu.ru.

Переченьлицензионногопрограммногообеспечения

Microsoft Open License Microsoft MinSL 8.1 Russian Academic OLP License NoLevel Legalization GetGenuine

Операционная система для настольных ПК и ноутбуков Windows8.1 Professional

Операционная система для настольных ПК и ноутбуков Windows7 Professional

MicrosoftImaginePremiumElectronicSoftwareDelivery(все версии Windows, Office, средства разработки и проектирования ПО)

Договор № 34 от 20.08.2015**г.**

: http://www.kmplayer.com.

12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации задействованы специализированные аудитории – компьютерные лаборатории и лаборатории информационных технологий, читальный зал Библиотеки Института.

Учебные аудитории для самостоятельной работы обучающихся

представляют собой специальные помещения, оснащенные компьютерной техникой, имеющей доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, электронной информационно-образовательной среде Института.