

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Нижнекамский химико-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Казанский национальный исследовательский технологический университет»
(НХТИ ФГБОУ ВО «КНИТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УР

 Н.И. Никифорова

« 30 » мая 2022 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю)

Б1.В.03 «Экономика отрасли»

(код и наименование дисциплины (модуля))

38.03.01 «Экономика»

(код и наименование направления подготовки/ специальности)

«Экономика предприятий и организаций»

(наименование профиля/специализации)

бакалавр

квалификация

очно-заочная

форма обучения

Нижнекамск 2022

Составитель ФОС:

доцент кафедры ЭУИ
(должность)


(подпись)

Г.Н. Ларионова
(Ф.И.О)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры ЭУИ,
протокол от 28.03.2022 г. № 7

Зав. кафедрой


(подпись)

А.Н. Дырдонова
(Ф.И.О.)

Эксперт:

Руководитель ООП

Дырдонова А.Н., зав.кафедрой ЭУИ НХТИ ФГБОУ ВО «КНИТУ»



Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения дисциплины

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10.1 Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;

УК-10.2 Умеет использовать экономические знания в различных сферах деятельности, анализировать и обобщать экономическую информацию для принятия обоснованных управленческих решений;

УК-10.3 Владеет навыками использования методов экономического и финансового планирования для достижения финансовых целей, а также инструментами управления личными финансами и финансовыми рисками

ПК-1 Способен разрабатывать стратегические, тактические и операционные цели предприятий и организаций, определять целевые показатели их достижения, анализировать бизнес-процессы с целью выявления имеющихся ресурсов, возможностей и рисков, разрабатывать направления развития предприятий и организаций, выявлять и анализировать потенциальных стейкхолдеров

ПК-1.1 Знает процедуру целеполагания, содержание перспективного, текущего и операционно-производственного планирования, сущность и содержание бизнес-процессов, показатели ресурсного обеспечения предприятий и организаций, параметры и факторы предпринимательского риска, содержание внутренней и внешней среды предприятия, типовой состав контрагентов организации и стейкхолдеров проекта

ПК-1.2 Умеет разрабатывать долго-, средне- и краткосрочные цели и задачи функционирования предприятий и организаций, определять направления достижения целей и способы решения задач, разрабатывать программы, проекты и планы развития предприятий и организаций, оптимизировать бизнес-процессы, организовывать эффективное взаимодействие с контрагентами и стейкхолдерами

ПК-1.3 Владеет методами целеполагания, навыками, методами и инструментарием стратегического планирования и анализа, организации производства, координирования действий структурных подразделений организации и заинтересованных лиц, мотивации персонала и мониторинга эффективности функционирования предприятий и организаций

Код контролируемой компетенции (или ее части)	Этапы формирования в процессе освоения дисциплины (указать все темы из РПД)				Наименование оценочного средства
	Лекции	Практические занятия, лабораторный практикум	Лабораторные занятия	Курсовой проект (работа)	
УК-10.1-10.3, ПК-1.1 – 1.3	Тема 1 – 7	Тема 1 – 7	Не предусмотрены	Не предусмотрены	устный опрос, домашнее задание, эссе, тест
УК-10.1-10.3, ПК-1.1 – 1.3	Тема 1 – 7	Тема 1 – 7	Не предусмотрены	Не предусмотрены	устный опрос, домашнее задание, эссе, тест
УК-10.1-10.3, ПК-1.1 – 1.3	Тема 1 – 7	Тема 1 – 7	Не предусмотрены	Не предусмотрены	устный опрос, домашнее задание, эссе, тест

Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Виды работ	Кол -во	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Домашнее задание	12	12	24
Устный опрос	2	10	20
Эссе	1	14	16
Рубежный контроль (тестовое задание)		24	40
ИТОГО		60	100

Шкала оценивания

Цифровое выражение	Выражение в баллах:	Словесное выражение	Критерии оценки индикаторов достижения при форме контроля:	
			экзамен / зачет с оценкой	зачет
5	87 - 100	Отлично (зачтено)	Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если ответы на вопросы по темам дисциплины последовательны, логически изложены, допускаются незначительные недочеты в ответе студента, такие как отсутствие самостоятельного вывода, речевые ошибки и пр
4	74 - 86	Хорошо (зачтено)	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.	
3	60 - 73	Удовлетворительно (зачтено)	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.	
2	Ниже 60	Неудовлетворительно (незачтено)	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не знает основных понятий темы дисциплины, не отвечает на дополнительные и наводящие вопросы преподавателя.

Краткая характеристика оценочных средства

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Краткая характеристика оценочного средства</i>	<i>Представление оценочного средства в фонде</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1.	Разно-уровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
2	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
3.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Нижекамский химико-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Казанский национальный исследовательский технологический университет»

Факультет информационных технологий

Кафедра экономики и управления инновациями

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 «Экономика»
(код и наименование)

Профиль/специализация: «Экономика предприятий и организаций»
(наименование)

Вопросы для устного опроса

по дисциплине Б1.В.03 «Экономика отрасли»
(наименование дисциплины)

Тема 1. Введение в анализ отраслевой организации рынков

1. Необходимость выделения особого раздела экономической науки «Industrialorganization». Кризис модели совершенной конкуренции.
2. Формирование гарвардской парадигмы: «структура – поведение – результативность» (СПР).
3. Критика подхода «СПР» и альтернативные пути изучения фирм и отраслей.
4. Чикагская школа и ее представители.
5. Австрийская школа и ее представители.
6. Теория квазиконкурентных рынков.
7. Современные тенденции в изучении предмета курса.
8. Определение рынка и отрасли.
9. Понятие структуры рынка.
10. Классификация рыночных структур.

Тема 2. Основные характеристики структуры отраслевого рынка

1. Концентрация продавцов на рынке.
2. Критерии и показатели концентрации.
3. Тенденции изменения уровня концентрации в разных отраслях. Отраслевые лидеры.

Тема 3. Теория фирмы

1. Основные концепции фирмы. Технологическая (теория позитивныхэкстерналий командной работы). Контрактная, теория Коуза, транзакционные издержки и издержки контроля. Стратегическая.
2. Классификация фирм. По размеру, по формам собственности, по организационно-правовой структуре, по внутренней структуре управления.
3. Виды фирм с точки зрения внутренней структуры.
4. Многообразие видов фирм как отражение взаимодействия транзакционных издержек и издержек по управлению (контролю).
5. Какова относительная величина ТАИ и ИК для разных типов фирм?

Тема 4. Барьеры входа-выхода фирм на отраслевом рынке

1. Альтернативные подходы к определению входных барьеров.

2. Виды нестратегических барьеров. Проблемы их измерения.
3. Потенциальная конкуренция и стратегические барьеры.
4. Модели лимитирующего ценообразования Ф.Модильяни.
5. Административные барьеры на российских рынках.
6. Понятие и типы барьеров выхода с рынка.
7. Динамика рынка. Корреляция входа и выхода.

Тема 5. Рыночная власть и показатели измерения

1. Понятие рыночной, монопольной и экономической власти.
2. Показатели рыночной власти.
3. Концентрация и результативность.

Тема 6. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации

1. Виды дифференциации продукта на отраслевом рынке.
2. Модель монополистической конкуренции Чемберлина.
3. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.
4. Варианты модели Хотеллинга.
5. Модель Салопа.
6. Модель Ланкастера.
7. Модель вертикальной дифференциации товара.
8. Дифференциация продукта и рыночная власть.
9. Подходы к исследованию рекламных расходов на отраслевом рынке.
10. Модель Дорфмана-Штайнера для монополии.
11. Модель Дорфмана-Штайнера для олигополии.
12. Современные тенденции развития рекламных рынков.

Тема 7. Исследования, инновации и патенты

1. Классификация процесса инноваций.
2. Гонка за НТП, равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР. Кооперация в сфере НИОКР, эффект положительного влияния.
3. Получение преимуществ и поощрение инноваций.
4. Критерии и типы патентной защиты разработок.
5. История патентного законодательства. Длительность патента и уровень НИОКР.
6. Оптимальная длительность патента.
7. Лицензирование и субсидирование инноваций.

Тема 8. Интеграционные процессы на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения

1. Природа вертикальной интеграции.
2. Мотивы к формированию вертикально-интегрированных структур.
3. Подходы к измерению вертикально-интегрированных структур.
4. Вертикальные ограничения.
5. Последствия вертикальной интеграции для экономики страны.

Тема 9. Стратегическое взаимодействие фирм в краткосрочном и долгосрочном периодах

1. Поведение доминирующей фирмы на рынке. Ценовые и неценовые стратегии приобретения и сохранения доминирования. Эффективность и неэффективность доминирования.
2. Некооперативные взаимодействия крупных фирм. Равновесия Бертрана, Курно, Штакельберга, Форхаймера.
3. Теория игр. Несовершенная информация, неопределенность и олигополистическое взаимодействие.
4. Кооперативные взаимодействия крупных фирм.

5. Модель картеля. Факторы стабильности картеля. Модель неполного картеля. Эффективный картель.
6. Условия, ограничивающие олигопольную координацию.

Тема 10. Ценовая дискриминация на отраслевых рынках

1. Эффективность применения ценовой дискриминации на отраслевых рынках.
2. Виды ценовой дискриминации.
3. Практика применения стратегии ценовой дискриминации на российских и западных рынках.
4. Последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния.

Тема 11. Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков

1. Неполнота и асимметричность информации.
2. Модель «рынка лимонов» Акерлофа.
3. Проблемы, связанные с асимметричной информацией.
4. Проблемы «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора».
5. Решение «проблемы лимонов»: сигналы о качестве.
6. Асимметричная информация и негативный отбор на рынке кредитов.

Тема 12. Результативность функционирования отраслевых рынков

1. Результативность деятельности фирм в национальной экономике.
2. Взаимосвязь структуры рынка, поведения фирм на рынке и результативности.
3. Результативность деятельности монополии.
4. Параметры результативности рынка монополии.
5. Условия достижения Х-эффективности монополии.
6. Результативность функционирования естественных монополий.

Тема 13. Антимонопольная политика государства

1. Основы антимонопольной политики государства.
2. Антимонопольная политика и практика в США.
3. Конкурентная политика в Европейском Союзе.
4. Антимонопольная политика в России.

Тема 14. Государственная промышленная политика

1. Основа государственной политики по отношению к отрасли.
2. Исторические модели промышленной политики.
3. Новые подходы к формулированию промышленной политики.

Критерии оценки:

Студент раскрывает по две тему за курс. За каждую тему:

Критерии оценки	Оцениваемые параметры	Шкала оценивания
Качество ответов	студент демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; активно участвует в дискуссии; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные вопросы.	10
	студентом допущены незначительные неточности в ответах, которые он исправляет путем наводящих вопросов со стороны преподавателя; имеются существенные пробелы в знании основного материала по разделу	8-9
	выступающий демонстрирует поверхностные знания по выбранной теме, имеет затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса;	5-7

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Нижнекамский химико-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Казанский национальный исследовательский технологический университет»

Факультет информационных технологий

Кафедра экономики и управления инновациями

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 «Экономика»
(код и наименование)

Профиль/специализация: «Экономика предприятий и организаций»
(наименование)

Домашние задания

по дисциплине **Б1.В.03 «Экономика отрасли»**
(наименование дисциплины)

Темы 2-6, 7-14:

1. Если Вы являетесь президентом компании, какой теоретический подход к анализу фирмы Вы бы предпочли? Почему? А если бы Вы были единственным собственником этой компании? Ее работником?

2. Вас попросили определить величины трансакционных издержек и издержек по контролю для нефтяной компании. Какие вопросы Вы зададите (и кому?), чтобы получить информацию, необходимую для принятия решения? Каким, по Вашим прогнозам, могут (или должны) оказаться значения этих величин? Что бы Вы предложили, чтобы снизить эти издержки?

3. Фирма управляется работниками, максимизирующими чистую выручку на одного занятого. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением $Q(L) = 40L - L^2$, где L – число работников фирмы (объем используемого труда). Постоянные затраты фирмы составляют 10. Постройте функцию предложения фирмы при условии, что она действует на рынке совершенной конкуренции.

4. В таблице приведены данные о мощности энергетических компаний. Рассчитайте показатели концентрации на рынке, считая, что мощность компаний используется на 80%. Как изменится концентрация, если использование производственной мощности крупными производителями повысится, а мелких понизится?

Таблица

Энергетическая компания	Мощность, млн. кВт.
Компания 1	57,439
Компания 2	12,914
Компания 3	1,136
Компания 4	8,113
Компания 5	1,827
Компания 6	0,16
Компания 7	0,59

5. На рынке действуют четыре фирмы, каждая из которых контролирует 25% рыночных продаж в условиях взаимодействия по Курно. Пакеты акций всех фирм можно продать вдвое дороже номинала. Акционерный капитал каждой фирмы составляет по номиналу 100 млн. долл., сумма прибыли – 23%. Нормальная прибыль для отрасли составляет 8% на

акционерный капитал. Известно, что эластичность рыночного спроса составляет (-2). Определите возможные показатели монопольной власти. Интерпретируйте полученные результаты.

6. Антимонопольный комитет страны установил, что фирма, являющаяся монополистом на данном рынке, производит 25 тыс. шт. товара в неделю. При этом его цена завышена на 10% по сравнению с ценой, которая сложилась бы на конкурентном рынке, а объем выпуска занижен на 29%. Каковы чистые потери благосостояния от монополии на данном рынке, если предельные издержки составляют 100 тыс. руб.?

7. Спрос на рынке, контролируемом монополистом, описывается уравнением $Pd = 1200 - Qd$, где Pd – цена, Qd – объем спроса. Общие издержки фирмы – монополиста описываются уравнением $TC(Q) = Q^2$. Какой потолок цен должно установить государство, чтобы максимизировать благосостояние общества?

8. Общие издержки зависят от выпуска как $TC = 10Q$, где Q – 6 тыс. шт. При этом постоянные издержки составляют 25 тыс. руб. Предельная выручка монополиста зависит от объема продаж как $MR = 50 - Q$. По какой цене монополия продаст товар? Определите показатель монопольной власти фирмы.

9. Фирма производит специфический продукт. Издержки его производства зависят от выпуска продукции как $TC = 2g + 0,2g^2$. В момент производства фирма не знает, найдет ли ее товар сбыт. С вероятностью p она может продать любое его количество по цене, равной 5, с вероятностью $(1-p)$ – не сможет продать ничего. Произведенный продукт не подлежит хранению. Крупная фирма предлагает заключить долгосрочный договор на поставку 8 единиц продукта на условиях оплаты по цене «средние издержки + 5%». В каком случае долгосрочный контракт предпочтительнее производства на свободный рынок?

10. Рыночный спрос на конечную продукцию описывается уравнением $Qd = 100 - P$. Технология производства конечной продукции предполагает фиксированные пропорции использования двух типов промежуточной продукции (А и С): для выпуска единицы конечной продукции необходима одна единица промежуточного продукта А и одна единица промежуточного продукта С. Рынок промежуточного продукта С конкурентный, средние издержки производства продукта составляют 2. Средние и предельные издержки производства промежуточной продукции А также равны 2. Определите, как повлияет вертикальная интеграция на прибыль фирм на рынке и выигрыш потребителя на рынке конечной продукции, при условии:

а) и на рынке промежуточной продукции А, и на рынке конечной продукции действует по одному производителю – монополисту;

б) и на рынке промежуточной продукции А, и на рынке конечной продукции действуют по пять фирм – олигополистов, взаимодействующих по Курно. Сделайте выводы относительно предпочтительности вертикальной интеграции:

- с точки зрения фирм;
- с точки зрения потребителей;
- с точки зрения максимизации общественного благосостояния.

11. В городе М рынок кофе представляет собой дуополию. Оптовая цена 100 – граммовой баночки кофе (разных марок) в среднем составляет 200 руб. у фирмы А и 150 руб. у фирмы Б. Качество кофе, продаваемого разными фирмами, является приблизительно одинаковым. Каким образом фирма Б может использовать в стратегических целях информацию о сбоях в поставках кофе и отсутствии запасов у фирмы А? Предположим, что фирме Б удалось вытеснить с рынка фирму А. В каком случае фирма Б вынуждена будет все-таки проводить такую же политику ценовой дискриминации, как если бы фирма А все еще присутствовала на рынке?

12. На рынке действуют две одинаковые фирмы, средние издержки которых постоянны и равны 4. Рыночный спрос на товар равен $Qd = 40 - P$. Фирмы выбирают объем мощностей. После выбора на рынке фирмы конкурируют ценами (цены являются стратегическими переменными). Пусть фирмам доступны два варианта мощностей: 10 и 20. Найти равновесные ценовые стратегии фирм для каждого уровня мощности. Какую роль играет выбор мощности в качестве фактора предварительного соглашения фирм на

рынке? Что может служить здесь фактором соглашения?

13. Издержки единицы товара для продавца постоянны и составляют 2. На рынке продавец сталкивается с покупателями двух типов. Функция спроса покупателя первого типа $Q_1 = 20 - P$; функция спроса покупателя второго типа $Q_2 = 20 - 2P$. Общее число покупателей составляет 1000, по 500 покупателей каждого типа. Определите объем продаж фирмы, сумму ее прибыли, величину выигрыша потребителей и общественного благосостояния:

- а) если фирма осуществляет ценовую дискриминацию первого типа;
- б) если фирма осуществляет ценовую дискриминацию второго типа, используя разные схемы двухчастного тарифа;
- в) если фирма вообще не проводит ценовой дискриминации.

14. Фирма – монополист продает товар на мировом и внутреннем рынках. Цена мирового рынка 4 долл. за штуку. Спрос на внутреннем рынке на товар фирмы описывается формулой $Q_d = 10 - 2P$. Определите цену, по которой фирма продает товар на внутреннем рынке.

15. Фирма продает товар на двух изолированных рынках. На одном рынке она действует как абсолютный монополист, на другом – в окружении фирм – аутсайдеров. На первом рынке рыночный спрос описывается формулой $Q_d = 60 - 12P$, на втором – $Q_d = 100 - 2P$. На втором число аутсайдеров постоянно и составляет 10. Долгосрочные предельные издержки аутсайдера описываются формулой $MC_i = 2 + g_i$, где g_i – объем продаж аутсайдера. Долгосрочные предельные издержки фирмы – монополиста описываются формулой $MC = 0,1 g$. Определите объем продаж, сумму прибыли фирмы – монополиста и аутсайдеров:

- а) если фирма осуществляет ценовую дискриминацию третьего типа;
- б) если фирма не осуществляет ценовой дискриминации.

16. Товар X производит фирма – естественная монополия, имеющая функцию издержек $TC(g) = 50 + 10g$, где g – выпуск продукции фирмой. Спрос на продукцию фирмы описывается уравнением $Q_d = 100 - P$. Государство рассматривает три варианта политики по отношению к естественной монополии:

- а) не регулировать деятельность естественной монополии;
- б) установить «социально справедливую цену». Известно, что государственное регулирование цены естественной монополии повысит переменные издержки производства товара на 30%;
- в) сформировать на основе одной фирмы пять самостоятельных производителей. Известно, что каждый из пяти производителей будет обладать функцией издержек, аналогичной функции издержек первоначального варианта компании. Однако конкуренция между ними понизит цену на товар X до уровня средних издержек.

Сравните результаты выбора того или иного варианта и определите оптимальную политику государства, ставящего целью максимизировать общественное благосостояние.

17. Спрос на товар на внутреннем рынке описывается формулой $Q_d = 120 - 12P$, а предложение отечественных производителей формулой $Q_s = 4P - 8$. На отечественный рынок проникает зарубежная фирма, обладающая преимуществом в издержках (средние издержки производства товара постоянны и равны 3, транспортные издержки считаем равными нулю), и начинает играть доминирующую роль. Определите объем продаж фирмы – импортера, отечественных производителей и уровень благосостояния на внутреннем рынке, если:

- а) государство проводит либеральную внешнеторговую политику;
- б) государство вводит импортный тариф в размере 2 единиц;
- в) государство вводит импортный тариф в размере 4 единиц.

18. Пусть в отрасли функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i):

$S_1 = 5\%$, $S_2 = 15\%$, $S_3 = 2\%$, $S_4 = 12\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 7\%$, $S_7 = 5\%$, $S_8 = 5\%$, $S_9 = 20\%$, $S_{10} = 19\%$.

Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 .

19. Пусть в отрасли функционируют фирмы с идентичными кривыми общих

издержек:

$TC(q) = 0.05 \cdot q^2 + 2 \cdot q + 1000$. Если цена, установившаяся на продукцию в данной отрасли, составляет 10, а оптимальный объем выпуска – 50, то коэффициент Лернера равен (привести расчеты и его значение):

20. Пусть в отрасли присутствует 10 фирм, а показатель дисперсии рыночной доли составляет 0.01. Индекс Херфиндаля-Хиршмана составит (привести расчеты и его значение):

21. При условии, что норма доходности по безрисковым активам равна 10%, среднерыночная норма доходности составляет 15%, а риск инвестирования в предприятия данной отрасли оценивается в 2.4 к среднерыночному риску, рассчитайте норму нормальной прибыли по в данной отрасли.

22. Пусть долгосрочные средние издержки имеют вид: $LATC(Q) = 100Q - Q^2 + 1000$.

Определите минимально эффективный выпуск:

23. Модель Акерлоффа. Пусть цена, по которой покупатели готовы купить качественный товар, составляет 100, а некачественный – 50. Продавцы же готовы продать качественный товар не менее чем за 60, а некачественный – 40. Определите долю качественных товаров, при которой будут проданы только некачественные товары.

25. На рынке действует 8 фирм. Объем их продаж представлен следующим образом (в млрд.руб.):

Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8
Объем продаж	100	90	80	130	70	60	110	50

Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана. Определите рыночную структуру отрасли.

26. Известно, что распределение рыночных долей в отрасли выглядит следующим образом:

№ фирмы	Доля в общем объеме продаж
1	0.4
2	0.3
3	0.2
4	0.1

а) Определите показатель дисперсии рыночных долей.

б) Определите индекс Херфиндаля-Хиршмана, сделайте вывод об уровне концентрации в отрасли.

в) Определите среднеотраслевой индекс Лернера, если известно, что ценообразование несогласованное, а при снижении цены на 4% общий объем продаж вырос на 12%.

27. Пусть цены факторов производства составляют $PK = 1$, $PL = 1$, производственная функция определяется следующей зависимостью: $q(K, L) = K \cdot L$. Определить средние издержки фирмы.

28. На рынке автомобилей попадают хорошие и плохие. Пусть продавцы и покупатели все нейтральны к риску, и имеют следующую резервационную цену, описывающую ценность соответствующих машин для них.

Резервационная цена	Покупатель	Продавец
Хороший автомобиль	100 000 руб.	80 000 руб.
Плохой автомобиль	50 000 руб.	40 000 руб.

Предложение автомобилей совершенно неэластично, тогда как спрос совершенно эластичен. Пусть только продавцы знают качество автомобилей (q – доля хороших автомобилей). Найдите критическое значение q^* такое, что если $q < q^*$, рынок хороших автомобилей исчезнет.

29. На рынке действует доминирующая большая фирма, которая определяет общий уровень цены товара для всех продавцов. Рыночный спрос описывается уравнением:

$$D(p) = 500 - p.$$

Число прочих, мелких фирм, строго фиксировано и равно $n = 10$.

Функция издержек мелкой фирмы: $C_m(q_m) = 100q_m + 5q_m$

Функция издержек доминирующей фирмы: $C_d(Q_d) = 50Q_d + 3Q_d$

а) выведите кривую предложения для мелкой фирмы: $S_m(p)$;

б) определите, какова будет установлена цена товара на рынке доминирующей фирмой, какой объем товара продаст она, а какой каждая мелкая фирма в равновесии.

Критерии оценки:

Максимальное количество баллов за выполнение одного домашнего задания – 1.

Студент должен выполнить 12 заданий (задания распределяет преподаватель).

Максимально 6 баллов за правильно выполненные задания.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Нижекамский химико-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Казанский национальный исследовательский технологический университет»

Факультет информационных технологий

Кафедра экономики и управления инновациями
(код и наименование)

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 «Экономика»
(код и наименование)

Профиль/специализация: «Экономика предприятий и организаций»

Эссе

по дисциплине Б1.В.03 «Экономика отрасли»
(наименование дисциплины)

Контролируемые разделы дисциплины: 8, 12, 14.

1. Сравнительный анализ государственного регулирования экономики в разных странах.
2. Естественные монополии и их регулирование в России.
3. Монополии в России до 1917г.
4. Антимонопольная политика за рубежом.
5. Международные монополии.
6. Конкурентоспособность Российских товаров на международных рынках.
7. Государственная поддержка и защита отечественного производителя.
8. Россия на мировом рынке вооружения.
9. Практические аспекты ценовой дискриминации.
10. Задача эффективного ценообразования фирмы.
11. Анализ эффективности рекламной политики.
12. Гонка за НТП и ее последствия.
13. Теория прав собственности и разделение прав в современных фирмах.
14. Особенности корпоративной структуры в разных странах
15. Особенности Японской системы корпоративных ценностей.
16. Организационно-правовые формы предпринимательства в России и за рубежом.
17. Эволюция теорий фирмы.
18. Сравнительный анализ эффективности различных организаций.
19. Системы стимулирования работников и противодействия их оппортунистическому поведению в рамках фирмы.
20. Слияния и поглощения, выгоды, потери, последствия.
21. Способы и методы борьбы за контроль над предприятием.
22. Диверсификация деятельности фирмы как способ противодействия изменчивости рынка.
23. Системы участия рабочих в управлении предприятием.
24. Итоги и последствия приватизации в России.
25. Ценовая дискриминация в экономике России.
26. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти.
27. Особенности функционирования естественных монополий в России.
28. Проблемы национализации и приватизации отраслей естественной монополии.
29. Способы создания и поддержания монополии в отрасли.

30. Эволюция антимонопольного законодательства в развитых странах.
31. Российский монополизм и последствия приватизации экономики.
32. Доминирующая фирма в российской экономике.
33. Особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на российском рынке.
34. Сговор и картели в экономике России.
35. Стратегия и тактика ценообразования в практике западных стран.

Критерии оценки:

Критерии оценки	очная форма
<ul style="list-style-type: none"> - наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям, заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); - наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; - адекватность аргументов при обосновании личной позиции; - стиль изложения (использование профессиональных терминов, штат, стилистическое построение и т.д.); аккуратность оформления	15-16 баллов
<ul style="list-style-type: none"> - частично соблюдена структура эссе; - не всегда обоснован собственный взгляд на поставленную проблему; - обращение к фактам, почерпнутым из социального и личного опыта; - логичность изложения 	14 балла

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Нижнекамский химико-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Казанский национальный исследовательский технологический университет»

Факультет информационных технологий

Кафедра экономики и управления инновациями
(код и наименование)

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 «Экономика»
(код и наименование)

Профиль/специализация: «Экономика предприятий и организаций»

Экзаменационный тест

по дисциплине Б1.В.03 «Экономика отрасли»
(наименование дисциплины)

Вариант 1

1. Какой вид отраслевых рынков НЕ существует:
а) объемный
б) ограниченный
в) специальный
г) полный
2. Назовите модель, которая предполагает распределение продуктов в соответствии с их качеством
а) модель Чемберлина
б) модель вертикальной дифференциации продукта
в) модель горизонтальной дифференциации продукта
г) модель Диксита-Стиглица
3. К функциям государства в рыночной экономике не относится:
а) законотворческая деятельность
б) поддержание конкурентной среды
в) установление цен на продукцию частного сектора
г) все вместе
4. Каким образом может быть измерена степень продуктовой дифференциации?
а) с помощью индекса энтропии
б) на основе индекса Хана и Кея
в) на основе перекрестной эластичности спроса
г) на основе затрат на рекламу
д) с помощью функции остаточного спроса
5. В случае, когда продавцы имеют полную информацию о своем продукте, а информированность покупателей сильно ограничена, то:
а) такой рынок будет неэффективным, по сравнению с рынком, на котором информация совершенна;
б) на рынке с высокой концентрацией продавцов, фирмы будут иметь сверхприбыль, так

как обладают большей информацией, чем покупатели;

в) такой рынок будет эффективным, так как асимметричность информации позволит продавцам скрывать недостатки своей продукции и продавать ее по высокой цене.

6. 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

8. Особенности олигополического взаимодействия предприятия определяют:

а) теория Курно

б) модель Сталберга

в) модель Бертранда

г) модель Эджуорта

д) модель Леонтьева

9. Холдинг – это:

а) коммерческое предприятие

б) акционерная компания, владеющая контрольным пакетом акций,

в) юридически самостоятельных предприятий

г) совместное предприятие

10. Часть экономики, в которую входят объекты, обладающие единством выполняемых функций – это ...

а) рынок;

б) промышленность;

в) полиграфическое предприятие;

г) отрасль;

д) отраслевой рынок;

е) предприятие.

11. К отрицательным моментам функционирования предпринимательской монополии относится:

а) улучшение качества продукции;

б) неэффективность распределения ресурсов;

в) неравенство доходов;

г) недооценка конкуренции;

д) политические опасности;

е) эффект масштаба.

12. Согласно антимонопольному законодательству России, доминирующей признается фирма, если ее рыночная доля составляет:

а) свыше 35%; б) свыше 65%; в) свыше 50%.

13. Дискриминация потребителей с различными вкусами в отношении качества, т.е. монополист предлагает некоторый набор качеств группам различных потребителей, – это:

а) совершенная дискриминация;

б) количественная дискриминация;

в) качественная дискриминация.

14. Базовая теория цены характеризуется следующими тремя основными условиями:

а) правило обратной эластичности; эффект масштаба; спроса;

б) эффект масштаба; спроса, затрат;

в) спроса; затрат; максимизации прибыли.

102. Основной задачей научных исследований и опытно-конструкторских разработок (НИОКР) является разработка новой продукции или технологии:

- а) от стадии возникновения идеи до практической реализации проекта;
- б) только стадии возникновения идеи;
- в) только практической реализации проекта.

15. Продуктивность разработок и инноваций обусловлена:

- а) уровнем затрат; масштабом деятельности; ценой продукта;
- б) масштабом деятельности, технологическими возможностями, управлением фирмой;
- в) ценой продукции-конкурента, управлением фирмой, технологическими возможностями.

16. Причинами возникновения естественных монополий являются:

- а) недостаточная емкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском;
- б) особенности технологии, обладающей положительной отдачей от масштаба при любом объеме выпуска, которая обеспечивает снижение долгосрочных средних издержек с ростом выпуска (экономия масштаба);
- в) низкие инвестиционные затраты, связанные со входом в отрасль.

17. Целями антимонопольной политики являются:

- а) обеспечение эффективности производства и распределения ресурсов в экономике;
- б) защита внутреннего рынка от зарубежных фирм-конкурентов;
- в) помощь одним группам экономических агентов за счет других.

18. Границы отраслевого рынка, устанавливаемые сроком эксплуатации товара, являются

- а) временными;
- б) технологическими;
- в) локальными;
- г) продуктовыми;
- д) административными.

19. Рыночная структура, при которой фирмы оказывают влияние на цену – это

- а) монополия;
- б) монополистическая конкуренция;
- в) монополия;
- г) олигополия;
- д) свободная конкуренция.

20. Виды ценовой конкуренции, запрещенные законодательством многих стран:

- а) снижение цен;
- б) установление демпинговых цен;
- в) установление дискриминационных цен;
- г) скидки с цены;
- д) рекламные акции;
- е) сезонные распродажи.

21. Укажите административные барьеры:

- а) квотирование производства
- б) экологические нормы
- в) дифференциация продукции
- г) лицензирование деятельности предприятий
- д) емкость рынка

22. Что представляет собой дифференциация товара?

- а) разновидность ценовой конкуренции фирм
- б) форму неценовой конкуренции фирм

в) соответствие предпочтениям потребителя.

23. Сумму квадратов рыночных долей всех фирм, действующих на рынке, отражает:

- а) индекс Херфиндаля – Хиршмана;
- б) индекс энтропии;
- в) индекс Лернера.

24. Количественно оценить размеры фирм в совокупности со степенью их значимости на рынке в порядковой шкале позволяет:

- а) индекс Джини; б) индекс Лернера; в) индекс Холла – Тайдмена.

25. 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.

Вариант 2

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. 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. 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»

8. Назовите модели пространственной дифференциации продукта.

- а) Модель Курно и модель Бертрана
- б) Модель Штакельберга
- в) Модель Хотеллинга и модель Салопа

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

- а) Модель Штакельберга
- б) Модель Чемберлина
- в) Модель Курно

10. Назовите цель ценовой дискриминации.

- а) Снизить издержки производства;
- б) Получить положительную прибыль;
- в) Захват фирмой потребительского излишка в максимально возможном количестве.

11. Назовите разновидности ценовой дискриминации второй степени.

- а) Простой тариф, блочный тариф, двойной тариф;
- б) Зональные цены, дифференциация цен в зависимости от статуса потребителя
- в) Взаимосвязанные продажи при фиксированных пропорциях производства и нефиксированных

12. Какая стратегия ценообразования быстро дает средства для покрытия расходов на НИОКР, сдерживает спрос пока производство не увеличится и привлекает конкурентов?

- а) Цена плавного спуска;
- б) Цена снятия сливок;
- в) Цена проникновения.

13. Что является основным фактором против вертикальной интеграции?

- а) Барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм продавцов;
- б) Проблема «двойной надбавки»;
- в) Вид поставщика.

14. В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:

- а) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей;
- б) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм;
- в) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм;
- г) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках;
- д) нет правильного ответа.

15. Монопсония, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке присутствуют:

- а) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;
- б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;
- в) несколько крупных продавцов и несколько крупных покупателей;
- г) один продавец и один покупатель;
- д) нет правильного ответа.

16. Объем расходов на рекламу в условиях монополистической конкуренции:

- а) меньше оптимального;
- б) больше оптимального;
- в) равен оптимальному;

г) может быть как выше, так и ниже оптимального.

17. К типам границ рынка относятся:

- а) продуктовые границы;
- б) маркетинговые границы;
- в) производственные границы;
- г) временные границы;
- д) локальные границы;
- е) политические границы.

18. Кривая концентрации строится путем нанесения на график:

- а) нарастающих рыночных долей самых крупных фирм на рынке;
- б) нарастающих рыночных долей самых мелких фирм на рынке;
- в) нарастающих объемов реализации самых крупных фирм на рынке.

19. Ответные конкурентные действия фирм (возмездие) означают:

- а) сговор между фирмами;
- б) ответное действие в последующий период конкурентов на некоторое агрессивное действие фирмы в настоящий момент;
- в) рассмотрение взаимных требований фирм в судебном порядке.

20. К косвенным методам государственного регулирования относится:

- а) составление государственных заказов и контрактов на поставку определенной продукции, выполнение работ, оказание услуг;
- б) система налогообложения, предоставление налоговых льгот;
- в) составление перечня ограничений и запретов по выпуску определенных видов продукции;
- г) лицензирование внешнеторговых операций;
- д) определение ставок процента за кредит, кредитные льготы;
- г) установление валютного курса и условий обмена валют.

21. Чем обусловлена необходимость государственного регулирования рыночной экономики?

- а) порождено исключительно интересами бюрократического государственного аппарата
- б) вызвано, прежде всего, интересами военно-промышленного комплекса
- в) призвано обеспечить укрепление существующего строя, его адаптацию к меняющимся условиям путем постановки и решения задач, которые не может решить рыночный механизм
- г) все вместе

22. В современных условиях конкурентные отношения должны... -

- а) регулироваться государством
- б) осуществляться государством
- в) быть свободной от государственного регулирования
- г) максимально ограничиваться государством

23. Какие виды дисконтированного денежного потока используются в экономических исследованиях:

- а) метод чистой сегодняшней ценности;
- б) метод прогнозируемой ценности;
- в) метод внутренней доходности;
- г) метод внешней доходности.

24. При определении величины инвестиционного капитала должны учитываться:

- а) показатели спроса: выпуск, использование мощности;

- б) степень монополизации рынка;
- в) относительные цены (стоимость услуг капитала, цены товаров, ставки заработной платы);
- г) оценка компании фондовым рынком;
- д) организационно-правовая форма функционирования предприятия.

25. Выберите правильное определение «вертикальной интеграции»:

- а) объединение двух фирм, осуществляющих одинаковые стадии производства;
- б) объединение средних и мелких заводов;
- в) объединение в единую структуру различных производственных линий;
- г) объединение в компанию, деятельность которой охватывает более чем одну стадию процесса преобразования сырья в конечную продукцию.

Вариант 3

1. 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

2. От чего 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

3. 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

4. Функция предложения монополиста:

- а) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
- б) совпадает с функцией предельных издержек;
- в) совпадает с функцией средних издержек;
- г) нет правильного ответа.

5. Коэффициент Бэйна выводится исходя из:

- а) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
- б) показателя перекрестной эластичности спроса;
- в) соотношения экономической прибыли и собственного капитала;
- г) показателя прямой эластичности спроса по цене и показателя ограниченности мощностей конкурентов;
- д) нет правильного ответа.

6. Ценовая дискриминация второй степени предполагает:

- а) межличностное и межперсональное различие цен спроса;
- б) только межличностное различие цен спроса;
- в) только межперсональное различие цен спроса;
- г) нет правильного ответа.

7. Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в

отрасли крупной фирмы, если:

- а) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- б) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;
- в) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- г) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.

8. При долгосрочном равновесии в модели монополистической конкуренции рыночная цена:

- а) равна предельным издержкам;
- б) превышает средние издержки;
- в) равна средним издержкам;
- г) равна предельной выручке;
- д) нет правильного ответа.

9. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- а) торговой марки;
- б) упаковки;
- в) качества;
- г) уровня цены;
- д) уровня дохода;
- е) удовлетворяемых вкусов.

10. Совокупность предприятий, выпускающих товары, являющиеся близкими субститутами в производстве, это:

- а) рынок; б) отрасль; в) рынок факторов производства.

11. Концентрация продавцов на рынке отражает:

- а) изменение выручки при изменении цены;
- б) долю объема продаж товара X к общему объему реализации предприятий, отнесенных к отрасли X;
- в) относительную величину и количество фирм, действующих в отрасли.

12. Сумму рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке, отражает:

- а) индекс Херфиндала – Хиршмана;
- б) индекс концентрации;
- в) индекс Лернера.

13. К числу нестратегических барьеров относятся:

- а) дифференциация продукта;
- б) административные (правительственные);
- в) гражданские;
- г) социально-экономические;
- д) дополнительное инвестирование в оборудование.

14. Дифференциация продукта означает:

- а) реализацию разнообразных товаров на различных отраслевых рынках;
- б) разнообразие товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность и обладающих одними и теми же базовыми характеристиками;
- в) превышение цены над предельными издержками.

15. Динамическая модель инноваций Камьена и Шварца основывается на предположении о

том, что:

- а) фирма, не получившая патента на изобретение, может участвовать в получении выгод;
- б) для фирмы характерно распределение субъективных вероятностей относительно инноваций;
- в) существует принцип монополии на нововведение до определенного момента времени.

16. К такой экономической функции правительства, как поддержка функционирования рыночной экономики, относится:

- а) обеспечение правовой базы и общественной атмосферы для эффективного функционирования рыночной системы;
- б) перераспределение дохода;
- в) корректировка перераспределения ресурсов;
- г) защита конкуренции;

17. Чистая монополия возникает тогда, когда на рынке:

- а) функционирует лишь один покупатель товара;
- б) функционирует лишь одна фирма, являющаяся единственным производителем товара (услуги), не имеющего близких заменителей, и осуществляющая контроль над ценой;
- в) существует ряд крупных производителей, а входные барьеры являются запретительно высокими.

18. К видам интеграции относятся:

- а) горизонтальная;
- б) централизация;
- в) вертикальная;
- г) прогрессивная;
- д) конгломератная.

19. Преимуществами горизонтальной интеграции являются:

- а) Экономия от масштаба;
- б) Синергия;
- в) Экономия от совмещения;
- г) Защита от товаров-заменителей;
- д) Снижение конкуренции;
- е) Реализация клиентских ожиданий;
- ж) Увеличение переговорной силы;
- з) Больше рычагов давления над влиятельными поставщиками или клиентами.

20. Финансово-промышленные группы – это:

- а) объединение материальных и финансовых ресурсов однопрофильных или смежных предприятий, а также взаимодействующий с ними научный, строительный, транспортный, информационный сектор, обслуживающий их банковский капитал, объекты коммерческой деятельности и инфраструктуры;
- б) компания, скупающая контрольные пакеты акций предприятия;
- в) объединение средних и мелких предприятий в одну крупную;
- г) совокупность предприятий, имеющих общность выпуска продукции, схожесть технологии, сырьевой базы, имеющих лицензированные кадры.

21. К стратегиям фирм, используемых для установления и сохранения своей рыночной

- а) власти, не относится;
- б) ценовая дискриминация;
- в) вертикальная интеграция;
- г) однородность продукции;
- д) нестратегические барьеры входа в отрасль.

22. Для оценки поведения фирмы на рынке и вида рыночной структуры не используют:
- а) коэффициент Бэйна;
 - б) коэффициент Лернера;
 - в) коэффициент вариации;
 - г) коэффициент Тобина.
23. Внутриотраслевая конкуренция – это:
- а) конкуренция между товаропроизводителями одной и той же отрасли
 - б) когда предприятие с более высокой, чем средняя производительность труда получает дополнительную прибыль
 - в) когда предприятия технически и организационно отсталые теряют часть индивидуальной стоимости производимых ими товаров и разоряются
 - г) когда на предприятии пропадают стимулы развития научно-технического прогресса
24. Если значение индекса Херфиндаля-Хиршмана близится к 1, то на рынке наблюдается ситуация....?
- а) совершенная конкуренция
 - б) не совершенная конкуренция
 - в) чистая монополия
 - г) олигополия
25. 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

Вариант 4

1. Укажите тип рынка товара при условии, что коэффициент рыночной концентрации (CR) трех крупных продавцов составляет 65%, а индекс рыночной концентрации (ИНН) – 9000:
- а) высоко концентрированный рынок;
 - б) умеренно-концентрированный рынок;
 - в) низко концентрированный рынок.
2. Цель региональной экологической политики состоит в:
- а) улучшении экологического состояния бассейна рек;
 - б) верно а) и в);
 - в) безопасных условий жизни человека и восстановлении природной среды;
 - г) повышении благосостояния и удовлетворении потребностей населения.
3. Косвенные методы государственного регулирования экономики, в отличие от прямых, основаны на ...
- а) непосредственном воздействии государства на хозяйствующие субъекты
 - б) отсутствии формирования дополнительных рисков материального ущерба
 - в) оказании влияния на экономические интересы хозяйствующих субъектов
 - г) отсутствии создания дополнительного материального стимула
4. К нестратегическим барьерам входа на рынок относится интеграция:
- а) горизонтальная;
 - б) прямая;
 - в) вертикальная;
 - г) условная.
5. Укажите административные барьеры.
- а) квотирование производства
 - б) экологические нормы

- в) дифференциация продукции
- г) лицензирование деятельности предприятий
- д) емкость рынка

6. Изучение рынка чистой конкуренции важно, потому что:

- а) большинство рынков – рынки чистой конкуренции;
- б) все рынки в странах рыночной экономики являются рынками чистой конкуренции;
- в) рынок чистой конкуренции – модель эффективного распределения ограниченных ресурсов;
- г) это важно для изучения внешних факторов.

7. Критерием ценовой дискриминации является:

- а) экономическая эффективность распределения ресурсов
- б) распределение и перераспределение доходов между продавцами и покупателями
- в) перераспределение доходов между производителями
- г) перераспределение доходов между потребителями продукции

8. Выделите факторы, определяющие структуру отрасли:

- а) уровень концентрации;
- б) вертикальная интеграция;
- в) барьеры проникновения;
- г) дифференциация продукции;
- д) политика правительства;
- е) случайные факторы;
- ж) объем производства;
- з) поставщики сырья.

9. Уровень концентрации при отсутствии полной информации об объемах выпуска в отрасли определяют ...

- а) индексом концентрации;
- б) коэффициентом концентрации;
- в) показателем концентрации;
- г) кривыми концентрации;
- д) индексом Херфиндаля-Хиршмана.

10. Основные признаки отрасли – это единство

- а) структуры государственного управления;
- б) организационно-правовых форм;
- в) видов и назначения выпускаемой продукции;
- г) выполняемых функций;
- д) исходных материалов (сырья);
- е) применяемых технологических процессов.

11. Какое определение раскрывает понятие «емкость рынка»:

- а) доля определенного товара на рынке;
- б) выручка от реализации определенного товара, т.е. произведение цены на объем реализованного товара;
- в) потенциальная выручка, т.е. произведение цены товара на предполагаемый объем реализации;
- г) структура товара на рынке.

12. К основным мотивам, побуждающим организации осуществлять интеграцию, принято относить:

- а) приобретение контроля над стратегически важными звеньями в цепи производства и сбыта продукции;

- б) ограничение конкуренции;
- в) улучшение качества и уменьшение себестоимости продукции;
- г) усиление позиции организации в отрасли.

13. Что означает стратегия горизонтальной интеграции? Приобретение контроля над:

- а) Фирмой-поставщиком;
- б) Покупателем;
- в) Фирмами с таким же видом бизнеса.
- г) Фирмами распределения и сбыта.

14. В группу стратегий диверсифицированного роста включаются следующие типы стратегий:

- а) централизованной диверсификации;
- б) конгломеративной диверсификации;
- в) вертикальной диверсификации;
- г) горизонтальной диверсификации.

15. Рыночная структура, в которой функционируют несколько фирм, каждая из которых оказывает влияние на цену – это

- а) свободная конкуренция;
- б) монополия;
- в) монополия;
- г) олигополия;
- д) монополистическая конкуренция.

16. Соответствие между рыночными структурами и характерными для них показателями коэффициента концентрации:

1. свободная конкуренция	а) равен нулю
2. монополия	б) больше единицы
3. олигополия	в) равен единице
	г) близок к единице

17. Соответствие между видами (типами) барьеров и причинами их возникновения

1. Стратегические барьеры	а) Барьеры, не зависящие от действия фирм
2. Нестратегические барьеры	б) Барьеры, создаваемые государством
	в) Барьеры, вызванные стратегическим поведением фирм, действующих на рынке

18. Основные признаки отрасли – это единство ...

- а) применяемых технологических процессов;
- б) организационно-правовых форм;
- в) выполняемых функций;
- г) структуры государственного управления;
- д) видов и назначения выпускаемой продукции;
- е) исходных материалов (сырья).

19. Фирма, которая является лидером на отраслевом рынке, имеет возможность оказывать влияние на рыночную цену продукции, которую выпускает, и на функционирование на этом рынке конкурентных фирм-аутсайдеров – это:

- а) диверсифицированная фирма;
- б) доминирующая фирма;
- в) вертикально интегрированная фирма.

20. Понятие рыночной или монопольной власти базируется на сравнении анализируемых рынков с рынком:

- а) совершенной конкуренции;

- б) монополистической конкуренции;
- в) монополии.

21. Равновесие по Штакельбергу предполагает наличие:

- а) фирмы-лидера и ведомой фирмы, активно реагирующей на действия первой;
- б) нескольких фирм-лидеров, осуществляющих сговор относительно фирм-аутсайдеров;
- в) фирмы-лидера и ведомой фирмы, пассивно реагирующей на действия первой.

22. Расширение основной однопериодной модели олигополистического ценообразования предполагает:

- а) различные структуры затрат;
- б) вариации фирм;
- в) увеличение числа участников рынка;
- г) положительную отдачу от масштаба;
- д) переменные решения фирм.

23. Вертикальную интеграцию относят к:

- а) институциональным барьерам входа;
- б) нестратегическим барьерам входа;
- в) стратегическим барьерам входа.

24. Совокупность предприятий, выпускающих товары, являющиеся близкими субститутами с точки зрения покупателей, это:

- а) рынок;
- б) отрасль;
- в) рынок товаров массового потребления.

25. Наличие одинаковых условий конкуренции в определенной географической области – это:

- а) принцип показателя прямой ценовой эластичности;
- б) географическая ограниченность рынка;
- в) корреляция цен товаров во времени.

78. Классическая теория олигополии рассматривает модель олигополистической конкуренции на рынках:

- а) разнородных продуктов;
- б) однородных продуктов;
- в) услуг.

Вариант 5

1. Какое значение имеют барьеры выхода?

- а) создают дополнительные барьеры входа в отрасль
- б) уменьшают риск хозяйствования в отрасли
- в) облегчают вход в отрасль

2. Укажите виды барьеров входа фирм на отраслевой рынок.

- а) нестратегические
- б) эффективные
- в) стратегические
- г) организационные
- д) правовые

3. 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

4. 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

5. В соответствии с теоремой Дорфмана-Штайнера оптимальная доля расходов на рекламу увеличивается при:

- а) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти;
- б) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти;
- в) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти;
- г) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти.

6. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- а) торговой марки;
- б) упаковки;
- в) качества;
- г) уровня цены;
- д) уровня дохода;
- е) удовлетворяемых вкусов.

7. Суть основного принципа дифференциации заключается в том, что:

- а) фирмы желают располагаться в одном и том же месте пространства продуктов;
- б) фирмы не желают располагаться в одном и том же месте пространства продуктов;
- в) фирмы не желают располагаться в одном и том же месте пространства технологий.

8. Для характеристики пространственной дифференциации используют модели:

- а) оптимизации производственной программы;
- б) линейного города;
- в) имитационные;
- г) кругового города.

9. Факторами объективного и субъективного характера, из-за которых новым фирмам трудно функционировать в выбранных отраслях, являются:

- а) концентрация продавцов на рынке;
- б) положительная отдача от масштаба;
- в) барьеры входа на рынок.

10. Барьеры, которые создаются сознательной деятельностью самих фирм, поведением, препятствующим проникновению новых фирм в данную отрасль, называются:

- а) корпоративными; б) нестратегическими; в) стратегическими.

11. Границы рынка, отражающие способность товаров заменять друг друга – это границы.

12. Типы рыночных структур в порядке возрастания влияния фирм на цену

- а) монополия;
- б) монополистическая конкуренция;
- в) свободная конкуренция;
- г) олигополия.

13. Рыночная структура, при которой на рынке функционирует одна фирма, контролирующая цену – это

14. В группу стратегий интегрированного роста входят следующие типы стратегий:

- а) развития рынка;
- б) обратной вертикальной интеграции;
- в) горизонтальной интеграции;
- г) вперед идущей вертикальной интеграции.

15. Определить соответствие типа рынка и его характеристики:

1. производственный рынок	а) сфера купли-продажи рабочей силы
2. рынок сфер производства	б) часть, рынка, обслуживающая отрасли материального производства и личные потребности общества
3. рынок рабочей силы	в) сфера товарного обращения, которая отражает экономические отношения между товаропроизводителем и потребителем
4. потребительский рынок	г) рынок товарного обращения, где осуществляется купля-продажа товаров народного потребления

16. Ценовая дискриминация бывает:

- а) совершенная и несовершенная
- б) зависящая и независящая от объема реализации
- в) явная и скрытая

17. Одним из способов взаимодействия предприятий для проведения ценовой дискриминации является

- а) монополизация отрасли
- б) создание условий для монополистической конкуренции
- в) формирование олигополистического рынка
- г) создание условий для совершенной конкуренции в отрасли

18. Совершенная ценовая дискриминация первой степени – это:

- а) назначение особой цены для каждого покупателя
- б) отсутствие искусственного регулирования цен на рынке
- в) повышение цен в отдельные моменты времени

19. Какое из перечисленных ниже свойств присутствует на рынке совершенной конкуренции?

- а) неоднородность продукции;
- б) мобильность ресурсов;
- в) реклама;
- г) рыночная власть покупателя;
- д) свободный вход на рынок и из него;
- е) на рынке много продавцов и покупателей.

20. 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

21. Какой показатель рассчитывается как сумма площадей рыночных долей n-компаний в соответствующей отрасли?

- а) индекс Лернера
- б) коэффициент Джини

- в) индекс Херфиндаля-Хиршмана
- г) индекс концентрации первых n-фирм

22. Скоординированное поведение олигополии приближает ее к

- а) чистой монополии
- б) чистой конкуренции
- в) монополистической конкуренции

23. Назовите модель которая предполагает распределение продуктов в соответствии с их качеством

- а) модель Чемберлина
- б) модель вертикальной дифференциации продукта
- в) модель горизонтальной дифференциации продукта
- г) модель Диксита-Стиглица

24. Горизонтальная дифференциация предполагает?

- а) производство товаров, для которых используется равное количество ресурсов
- б) производство технологически схожих товаров
- в) производство товаров в одной ценовой категории

25. 7.К прямым методам государственного регулирования относится:

- а) разработка стратегических целей развития экономики страны и их дальнейшая детализация в государственных планах и программах;
- б) объем платежей за используемые ресурсы;
- в) государственная поддержка программ и заказов;
- г) законодательно закрепленные нормативные требования к качеству продукции и ее сертификации;
- д) таможенное регулирование экспортно-импортных операций.

Критерии оценки:

Процент выполненных заданий из предлагаемого количества тестовых заданий	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Шкала оценивания для студентов	ниже 24 баллов	24-30 баллов	30-34 баллов	35-40 баллов