

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол от 19 января 2022 г. № 5

Зав. кафедрой Янгирова / Е.И. Янгирова

Согласовано:
Председатель УМК Института

Абзалилова / Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Управленческая экономика

Обязательная часть


программа магистратуры

Направление подготовки (специальность):
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:
«Маркетинговое управление»

Квалификация:
магистр

Разработчик (составитель):
к.э.н., доцент



/ Насырова С.И.

Для приема: 2022 года

Уфа 2022 г.

Составитель: к.э.н., доцент С.И. Насырова

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга, протокол № 5 от 19 января 2022 г.

Заведующий кафедрой Янгирова / Янгирова Е.И.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры проектного менеджмента и бизнес-администрирования, протокол № 11 от 27 мая 2022 г.

И.о. заведующего кафедрой Янгирова / Янгирова Е.И.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.	9
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	63
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	63
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы	65
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	66
Приложение № 1	68

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Теоретические и практические задачи профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ИОПК 1.1. Знать: основные принципы и закономерности функционирования и развития рыночной экономики; основные микроэкономические концепции и модели поведения экономических агентов, необходимые для принятия управленческих решений; структуру и методы анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях	Знать основные принципы и закономерности функционирования и развития рыночной экономики; основные микроэкономические концепции и модели поведения экономических агентов, необходимые для принятия управленческих решений; структуру и методы анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях
		ИОПК 1.2. Уметь: производить анализ спроса и предложения с целью принятия хозяйственных решений на уровне предприятия; использовать источники информации и анализировать данные о результатах хозяйственной деятельности предприятия; проводить	Уметь производить анализ спроса и предложения с целью принятия хозяйственных решений на уровне предприятия; использовать источники информации и анализировать данные о результатах хозяйственной деятельности предприятия; проводить анализ и оценку производственных функций, затрат и

		анализ и оценку производственных функций, затрат и прибыли организации с целью принятия управленческих решений; анализировать тенденции развития предприятий, влияние изменений рыночной среды на его деятельность; проводить диагностику внутренней и внешней среды организации	прибыли организации с целью принятия управленческих решений; анализировать тенденции развития предприятий, влияние изменений рыночной среды на его деятельность; проводить диагностику внутренней и внешней среды организации
		ИОПК 1.3. Владеть: навыками оценки поведения потребителей и производителей на рынках отдельных товаров и услуг; навыками экономического анализа внешней и внутренней среды предприятия для принятия управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	Владеть навыками оценки поведения потребителей и производителей на рынках отдельных товаров и услуг; навыками экономического анализа внешней и внутренней среды предприятия для принятия управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управленческая экономика» относится к обязательной части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель изучения дисциплины: формирование у магистров целостного представления о функционировании современной экономики и общих принципах поведения экономических агентов, умения использовать экономические дефиниции и методы анализа при выработке и принятии эффективных управленческих решений в сфере профессиональной компетенции; формирование теоретических и практических знаний об управленческой экономике и особенностях ее развития.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ИОПК 1.1. Знать: основные принципы и закономерности функционирования и развития рыночной экономики; основные микроэкономические концепции и модели поведения экономических агентов, необходимые для принятия управленческих решений; структуру и методы анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях	Знать основные принципы и закономерности функционирования и развития рыночной экономики; основные микроэкономические концепции и модели поведения экономических агентов, необходимые для принятия управленческих решений; структуру и методы анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях	Незнание основных принципов и закономерностей функционирования и развития рыночной экономики; основных микроэкономических концепций и моделей поведения экономических агентов, необходимых для принятия управленческих решений; структуры и методов анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основных понятий, методов и инструментов количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях	Фрагментарные знания основных принципов и закономерностей функционирования и развития рыночной экономики; основных микроэкономических концепций и моделей поведения экономических агентов, необходимых для принятия управленческих решений; структуры и методов анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основных понятий, методов и инструментов количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях	Достаточные знания основных принципов и закономерностей функционирования и развития рыночной экономики; основных микроэкономических концепций и моделей поведения экономических агентов, необходимых для принятия управленческих решений; структуры и методов анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основных понятий, методов и инструментов количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях	Уверенное знание основных принципов и закономерностей функционирования и развития рыночной экономики; основных микроэкономических концепций и моделей поведения экономических агентов, необходимых для принятия управленческих решений; структуры и методов анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основных понятий, методов и инструментов количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях

анализа внешней и внутренней среды предприятия для принятия управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	внутренней среды предприятия для принятия управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений
--	--	--	--	--	--

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<p>ИОПК 1.1. Знать: основные принципы и закономерности функционирования и развития рыночной экономики; основные микроэкономические концепции и модели поведения экономических агентов, необходимые для принятия управленческих решений; структуру и методы анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях</p>	<p>Знать основные принципы и закономерности функционирования и развития рыночной экономики; основные микроэкономические концепции и модели поведения экономических агентов, необходимые для принятия управленческих решений; структуру и методы анализа ценообразования, показателей функционирования фирмы в условиях рынка совершенной и несовершенной конкуренции; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления на микро- и макроуровнях</p>	<p>вопросы семинарского занятия, тест, практическое задание, вопросы к экзамену</p>
<p>ИОПК 1.2. Уметь: производить анализ спроса и предложения с целью принятия хозяйственных решений на уровне предприятия; использовать источники информации и анализировать данные о результатах хозяйственной деятельности предприятия; проводить анализ и оценку производственных функций, затрат и прибыли организации с целью принятия управленческих решений; анализировать тенденции развития предприятий, влияние изменений рыночной среды на его деятельность; проводить диагностику внутренней и внешней среды организации</p>	<p>Уметь производить анализ спроса и предложения с целью принятия хозяйственных решений на уровне предприятия; использовать источники информации и анализировать данные о результатах хозяйственной деятельности предприятия; проводить анализ и оценку производственных функций, затрат и прибыли организации с целью принятия управленческих решений; анализировать тенденции развития предприятий, влияние изменений рыночной среды на его деятельность; проводить диагностику внутренней и внешней среды организации</p>	<p>вопросы семинарского занятия, тест, практическое задание, вопросы к экзамену</p>
<p>ИОПК 1.3. Владеть: навыками оценки поведения потребителей и производителей на рынках отдельных товаров и услуг; навыками экономического анализа внешней и внутренней среды предприятия для принятия</p>	<p>Владеть навыками оценки поведения потребителей и производителей на рынках отдельных товаров и услуг; навыками экономического анализа внешней и внутренней среды предприятия для принятия управленческих решений; навыками</p>	<p>вопросы семинарского занятия, тест, практическое задание, вопросы к экзамену</p>

управленческих решений; навыками анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	анализа, обобщения и систематизации экономической информации в процессе принятия управленческих решений	
--	---	--

Типовые контрольные задания

Задания для текущего контроля

Вопросы и задания для подготовки и проведения семинарских (практических) занятий

Модуль 1. Ведение в управленческую экономику. Оценка потребителя.

Тема 1. Предмет и метод управленческой экономики. Базовые понятия

Изучаемые вопросы:

1. Каков предмет управленческой экономики?
2. Какие основные методы применяются в управленческой экономике?
3. Какова сущность основной экономической проблемы – **проблемы выбора**?
4. Почему экономический выбор всегда связан с альтернативными издержками?
5. В каких случаях общество может выйти за пределы своих производственных возможностей? Поясните ответ.
6. Какие критерии используются при выделении типов экономических систем?
7. Реферат из предложенного перечня тем

Тема 2. Рыночный механизм. Спрос. Предложение. Рыночное равновесие

Изучаемые вопросы:

1. О чем говорят законы спроса и предложения?
2. Под влиянием каких факторов происходит смещение и движение вдоль кривых спроса и предложения?
3. Как образуются рыночный спрос и предложение на определенные товары?
4. Как достигается равновесие на рынке определенного блага?
5. Поясните понятия «равновесная цена» и «равновесный объем».
6. Поясните понятие рыночного равновесия. В чем отличие подходов к установлению равновесия по Л. Вальрасу и по А. Маршаллу?
7. В каких случаях на рынке образуются дефицит и избыток товаров?
8. Что показывают излишки покупателя и продавца? Чем определяется их размер?
9. Что показывает эластичность применительно к спросу и предложению?
10. В чем практическое значение эластичности спроса по доходу?

Тема 3. Теория поведения потребителя

Изучаемые вопросы:

1. Каковы методологические принципы, лежащие в основе теории потребительского поведения?
2. Объясните, в чем состоят различия кардиналистского и ординалистского подходов в теории потребления.
3. Каково практическое значение теории потребительского поведения?
4. Что такое предельная полезность? Поясните механизм действия закона убывающей предельной полезности.
5. Как изменяется общая полезность блага для потребителя, если количество данного блага увеличивается, а его предельная полезность снижается?
6. Что показывает кривая безразличия?
7. Каков экономический смысл бюджетной линии?
8. Что такое «оптимум потребителя»? Каково условие его достижения?

9. Поясните, что такое эффект дохода и эффект замещения?
10. Как воздействуют эффект дохода и эффект замещения на товары разных категорий?
11. Реферат из предложенного перечня тем.

Модуль 2. Оценка производителя.

Тема 4. Предпринимательство, фирма и ее внешняя среда

Изучаемые вопросы:

1. Какие существуют теории фирмы?
2. В чем сущность предпринимательства?
3. Какие существуют организационно-правовые формы предприятий?
4. В чем сущность внешней и внутренней среды фирмы?
5. Какова взаимосвязь внешней и внутренней среды фирмы?
6. Реферат из предложенного перечня тем.

Тема 5. Теория выбора производителя

Изучаемые вопросы:

1. Поясните, какую зависимость выражает производственная функция.
2. Какую роль играет фактор времени в теории производства?
3. Что такое предельный продукт? В чем состоит закон убывающей предельной производительности? Поясните механизм его действия.
4. Дайте определение изокванты. Какими свойствами она обладает?
5. Что показывает карта изоквант?
6. В чем состоит экономический смысл предельной нормы замещения?
7. Что иллюстрирует изокоста?
8. Что такое «оптимум производителя»? Каково условие его достижения?
9. Что такое эффект масштаба? Как его можно проиллюстрировать?
10. Какие обстоятельства вызывают положительный и отрицательный эффект масштаба?
11. Реферат из предложенного перечня тем.

Тема 6. Фирма как субъект рыночной экономики: издержки производства, доход, прибыль

Изучаемые вопросы:

1. Что такое издержки фирмы?
2. Какова взаимосвязь издержек фирмы и цены на ее продукцию?
3. В чем отличие явных издержек от неявных?
4. Какие виды издержек выделяют в краткосрочном периоде?
5. Почему общие издержки подразделяют на постоянные и переменные? С чем это связано?
6. Что такое средние издержки? Какова их роль в экономическом анализе?
7. Что такое предельные издержки? Как они взаимосвязаны со средними издержками?
8. Охарактеризуйте кривую средних валовых издержек в долгосрочном периоде.
9. Какие существуют виды дохода фирмы?
10. Дайте определение прибыли фирмы. В чем состоит разница между бухгалтерской и экономической прибылью?
11. Реферат из предложенного перечня тем.

Модуль 3. Рынки совершенной и несовершенной конкуренции и необходимость государственного регулирования.

Тема 7. Модель рынка совершенной конкуренции

Изучаемые вопросы:

1. Каковы основные признаки совершенной конкуренции?
2. Что представляет собой совокупный, средний и предельный доход в условиях совершенной конкуренции?
3. Каково правило максимизации прибыли?
4. В каком случае фирма в условиях совершенной конкуренции может получать сверхприбыль?
5. В каком случае фирма в условиях совершенной конкуренции может получать нормальную прибыль?
6. В каком случае фирма в условиях совершенной конкуренции может получать операционную прибыль?
7. В каком случае фирма в условиях совершенной конкуренции может нести убытки?
8. Когда достигается долгосрочное равновесие в условиях совершенной конкуренции?
9. Каковы преимущества и недостатки совершенной конкуренции?
10. Реферат из предложенного перечня тем.

Тема 8. Рынок несовершенной конкуренции

Изучаемые вопросы:

1. Каковы характерные черты монополии и монополистической конкуренции?
2. Какие существуют виды монополий?
3. С помощью каких барьеров монополист ограничивает вход на рынок других экономических агентов?
4. Чем отличается монополия от монополистической конкуренции?
5. Как определяются цена и объем выпуска в условиях монополии и монополистической конкуренции?
6. Каковы преимущества и недостатки монополии и монополистической конкуренции?
7. Каковы причины существования ценовой дискриминации?
8. Каковы причины возникновения естественных монополий?
9. Какова роль государства в регулировании естественных монополий?
10. Какова роль рекламы на рынке монополистической конкуренции?
11. Каковы характерные черты олигополии?
12. Какие существуют виды олигополии?
13. Каковы отличительные особенности моделей явного, тайного сговора и отсутствия сговора?
14. Какие существуют препятствия для функционирования тайного и явного сговора?
15. Назовите отличительные особенности ценообразования в условиях олигополии?
16. Каковы преимущества и недостатки олигополии?
17. Каковы основные направления антимонопольного регулирования?
18. В каких случаях необходимо вмешательство органов антимонопольного регулирования?
19. Каковы отличительные особенности развития антимонопольного регулирования в США и России?
20. Охарактеризуйте основные показатели монопольной власти.
21. Реферат из предложенного перечня тем

Тема 9. Оценка эффективности инвестиций.

Изучаемые вопросы:

1. Какова структура капитала?
2. Каковы отличительные особенности основного и оборотного капитала?
3. Какие существуют виды износа капитала?
4. Каковы источники формирования ссудного капитала?

5. Какие факторы влияют на величину ставки ссудного процента и ее колебания?
6. В чем отличие номинальной и реальной ставки процента?
7. Охарактеризуйте субъекты спроса и предложения капитала?
8. Как формируется равновесие на рынке капитала?
9. В чем сущность метода дисконтирования?
10. В чем разница между понятиями «дисконтированная стоимость» и «чистая дисконтированная стоимость»?
11. Реферат из предложенного перечня тем.

Тема 10. Государственное регулирование экономики. Внешние эффекты и общественные блага

Изучаемые вопросы:

1. В чем сущность отрицательных и положительных внешних издержек и выгод?
2. Какова причина возникновения внешних эффектов?
3. Когда необходимо государственное регулирование внешних эффектов?
4. Какие существуют способы регулирования положительных и отрицательных внешних эффектов?
5. В чем суть теоремы Р. Коуза?
6. Какие существуют особенности чисто общественных благ?
7. В чем разница между чисто общественным и чисто частным благом?
8. Что представляет собой рыночный спрос на чисто общественное благо?
9. Какова роль государства в создании чисто общественного блага?
10. В чем заключается проблема безбилетника?
11. Реферат из предложенного перечня тем

Критерии оценивания ответов на вопросы на практических занятиях:

Критерии оценивания	Оценка
Дан полный, развернутый, обоснованный ответ, в соответствии с правилом ТАП («тезис» – «аргумент» – «поддержка»): ответ содержит верный тезис или формулировку определения, логически верное обоснование, пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	Отлично
Дан в целом верный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия	Хорошо
Дан неполный ответ, два элемента ТАП в структуре ответа отсутствуют, пример из практики в конкретной ситуации отсутствует	Удовлетворительно
Ответ отсутствует.	Неудовлетворительно

Задания для письменной индивидуальной работы (реферат)

1. Ценообразование в командной и рыночной экономике: сравнительный анализ.
2. Граница производственных возможностей и компромисс общества между эффективностью и справедливостью.
3. Многообразие и противоречие интересов в современной экономике.
4. Конкуренция и ее роль в современном хозяйственном механизме.
5. Семейный бюджет: источники формирования. Бюджет семьи в современной России.
6. Государственное регулирование цен в рыночной экономике: теория и практика.
7. Эволюция форм собственности в процессе развития человека и общества.

8. Государственная собственность и ее роль в рыночной экономике.
9. Частная собственность. Ее преимущества и недостатки. Тенденции и перспективы развития в России.
10. Анализ эластичности спроса и его практическое применение.
11. Подходы к преодолению конфликта интересов собственника и менеджера (проблема «принципал – агент»).
12. Применение в хозяйственной практике российских фирм теории издержек.
13. Классификация организационных форм компаний в экономической теории и правовой практике. Их преимущества и недостатки.
14. Акционерная форма хозяйствования и ее роль в условиях перехода к рыночной экономике.
15. Совершенная конкуренция: модель или реальность.
16. История российского монополизма.
17. Роль монополий в развитии инновационного процесса.
18. Экономические и социальные последствия монополии.
19. Особенности функционирования монополий. Антимонопольная политика.
20. Развитие антимонопольного регулирования. Антимонопольное законодательство в РФ.
21. Сравнительный анализ регулирования естественных монополий в странах Запада и в России.
22. Ценовая дискриминация: экономическая природа, виды и место в рыночной экономике.
23. Особенности поведения олигополистической фирмы. Модели олигополии.
24. Теория игр как ценовая стратегия олигополиста.
25. Картель как одна из возможных стратегий олигополии.
26. Рынок монополистической конкуренции.
27. Модели монополистической конкуренции М.Чемберлина и Д.Робинсон: сравнительный анализ.
28. Вертикально-интегрированные компании в экономике современной России.
29. Становление предпринимательства в России.
30. Й. Шумпетер о предпринимательстве как факторе производства.
31. Рисковое (венчурное) предпринимательство.
32. Франчайзинговое предпринимательство в России.
33. Российский малый бизнес: эволюция, особенности, проблемы, причины торможения в развитии и государственная поддержка.
34. Мелкий бизнес и инновационный процесс.
35. Частное и государственное предпринимательство: общее и различия.
36. Теневая экономика в России.
37. Рынок капитала (инвестиционных ресурсов) и процесс принятия инвестиционных решений. Проблемы дисконтирования.
38. Сущность, виды и эффективность инвестиций в человеческий капитал.
39. Провалы рынка: теория провалов рынка и роль государства в рыночной экономике.
40. Асимметричная информация и неблагоприятный отбор. Рынок «лимонов» Дж.Акерлофа.
41. Производство общественных благ в современной экономике.
42. Внешние эффекты и общественное благосостояние.
43. Неопределенность и риск в предпринимательской деятельности.
44. Теория трансакционных издержек фирмы: институциональный анализ (по работам Р. Коуза, О. Уильямсона, Д. Норта и Р.И. Капелюшников).

Критерии оценивания рефератов:

Критерии оценивания рефератов	Оценка
Задание выполнено полностью: цель выполнения реферата успешно достигнута; основные понятия определены; работа выполнена в полном объёме.	Отлично
Задание выполнено: цель выполнения реферата достигнута; однако работа выполнена не в полном объёме.	Хорошо
Задание выполнено частично: цель выполнения реферата не полностью достигнута, решены лишь отдельные задачи	Удовлетворительно
Задание не выполнено, цель выполнения реферата не достигнута.	Неудовлетворительно

Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала:

Выберите правильный вариант ответа

1. Наука об использовании людьми ограниченных ресурсов для производства экономических благ с целью удовлетворения многообразных потребностей общества:
 - а) экономия;
 - б) политическая экономия;
 - в) экономика.
2. В основе изучения микроэкономики лежит:
 - а) хозяйственная деятельность в масштабах национальной экономики;
 - б) деятельность отдельного экономического агента;
 - в) хозяйственная деятельность в масштабах региональной экономики;
 - г) хозяйственная деятельность в масштабах мировой экономики.
3. Метод научного познания, который заключается в отвлечении от всего второстепенного, случайного при изучении экономических явлений:
 - а) единство исторического и логического;
 - б) метод научной абстракции;
 - в) индукция;
 - б) синтез.
4. Объективно существующие причинно-следственные связи между экономическими явлениями:
 - а) экономические модели;
 - б) экономические категории;
 - в) экономические принципы;
 - г) экономические законы.
5. В процессе выбора возникают три основных экономических вопроса. Укажите лишнее:
 - а) что производить;
 - б) зачем производить;
 - в) для кого производить;
 - г) как производить.

6. Кривая, которая представляет собой геометрическое место точек, показывающее множество вариантов производства благ, посредством имеющихся у общества ресурсов:
- кривая спроса;
 - кривая безразличия;
 - кривая производственных возможностей;
 - кривая общих издержек.
7. Альтернативные издержки — это:
- некоторое количество одного блага, которым необходимо пожертвовать, пренебречь для увеличения производства другого блага;
 - трудоемкость изготовления единицы блага;
 - общая сумма затрат на изготовление блага;
 - сумма постоянных издержек, которая существует даже при отсутствии процесса производства.
8. Точка, расположенная за пределами кривой производственных возможностей показывает:
- полное обеспечение общества ресурсами;
 - использование ресурсов для производства только одного из двух товаров;
 - недостижимый вариант производства благ при имеющихся ресурсах;
 - неэффективное использование ресурсов.
9. Неэффективное использование ресурсов показывает точка, которая лежит:
- за пределами кривой производственных возможностей;
 - внутри кривой производственных возможностей;
 - на кривой производственных возможностей;
 - на биссектрисе первого координатного угла.
10. Если количество ресурсов, которыми располагает общество, увеличится, то кривая производственных возможностей:
- не изменит своего положения;
 - сдвинется вправо;
 - сдвинется влево;
 - сдвинется вправо или влево.
11. Принцип, в соответствии с которым при прочих равных условиях объем спроса на товар и цена товара обратно зависимы:
- закон спроса;
 - закон предложения;
 - эффект дохода;
 - эффект замещения.
12. Влияние неценовых факторов спроса:
- отражается движением вдоль кривой спроса;
 - отражается смещением кривой спроса;
 - отражается смещением кривой предложения;
 - никак не отражается на положении кривой спроса.
13. Увеличение размера пенсий способствует:
- увеличению предложения;
 - уменьшению предложения;
 - увеличению спроса;
 - уменьшению спроса.

14. Снижение ставки подоходного налога способствует:
- а) увеличению предложения;
 - б) уменьшению предложения;
 - в) увеличению спроса;
 - г) уменьшению спроса.
15. Спрос, обусловленный свойствами товара:
- а) спекулятивный спрос;
 - б) нерациональный спрос;
 - в) социальный спрос;
 - г) функциональный спрос.
16. Эффект престижного, демонстративного потребления:
- а) эффект сноба;
 - б) эффект присоединения к большинству;
 - в) эффект Веблена;
 - г) спекулятивный спрос.
17. Желание и возможность продавцов поставить на рынок товар или услугу по определенной цене в определенный момент времени:
- а) спрос;
 - б) предложение;
 - в) объем спроса;
 - г) объем предложения.
18. Установите соответствие между видами спроса и их определениями.
- | | |
|----------------------|---|
| а) экзогенный спрос; | 1) спрос, образующийся внутри общества, благодаря факторам, существующим в данном обществе; |
| б) эндогенный спрос. | 2) спрос, изменение которого связано с вмешательством государства или внедрением каких-либо сил извне системы свободного рынка. |
19. Принцип, в соответствии с которым существует прямая зависимость между ценой товара и величиной его предложения:
- а) закон спроса;
 - б) закон предложения;
 - в) эффект дохода;
 - г) эффект замещения.
20. Изменение цены товара оказывает влияние на изменение объема предложения и:
- а) отражается движением вдоль кривой спроса;
 - б) отражается смещением кривой предложения;
 - в) отражается смещением кривой спроса;
 - г) отражается движением вдоль кривой предложения.
21. Уменьшение ставки налога на прибыль ведет к:
- а) сдвигу кривой предложения влево;
 - б) сдвигу кривой предложения вправо;
 - в) сдвигу кривой спроса влево;
 - г) сдвигу кривой спроса вправо.
22. Если производители ожидают снижение цен на продукцию, то в настоящее время:

- а) предложение уменьшится;
- б) предложение увеличится;
- в) предложение никак не изменится;
- г) спрос увеличится.

23. Если цена товара выше равновесной цены, то возникает:

- а) дефицит;
- б) излишек;
- в) равновесие;
- г) эффект сноба.

24. Ситуация, при которой наблюдается совпадение планов покупателей и продавцов называется:

- а) избытком товаров;
- б) рыночным равновесием;
- в) равновесной ценой;
- г) равновесным объемом.

25. На рис. 1 представлено рыночное равновесие. Установите соответствие между отмеченными фигурами и отражающими их понятиями.

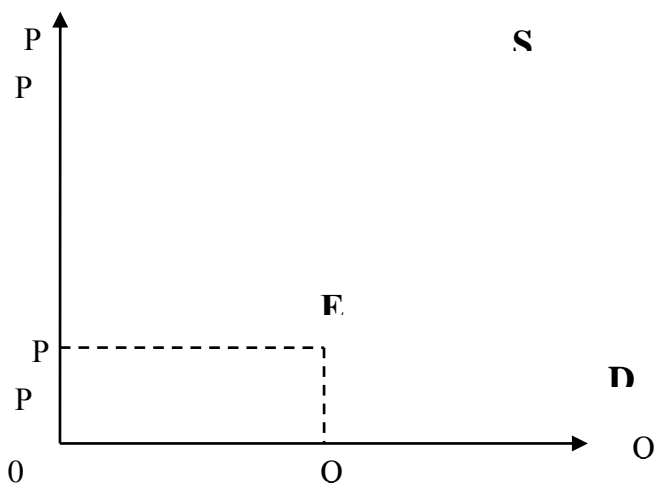


Рис. 1. Выигрыши покупателя и производителя

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| а) $P_{\max}EPE$; | 1) излишек производителя; |
| б) $P_{\min}EP_E$; | 2) издержки производства; |
| в) $OP_{\min}EQ_E$. | 3) излишек потребителя. |

26. Устойчивое равновесие и затухающие колебания в паутинообразной модели достигаются при условии, если:

- а) абсолютный наклон кривой спроса больше абсолютного наклона кривой предложения;
- б) абсолютный наклон кривой спроса меньше абсолютного наклона кривой предложения;
- в) абсолютный наклон кривой спроса равен абсолютному наклону кривой предложения.

27. Неустойчивое равновесие и взрывные колебания в паутинообразной модели достигаются при условии, если:

- а) абсолютный наклон кривой спроса больше абсолютного наклона кривой предложения;
- б) абсолютный наклон кривой спроса меньше абсолютного наклона кривой предложения;
- в) абсолютный наклон кривой спроса равен абсолютному наклону кривой предложения.

28. Равномерные колебания вокруг рыночного равновесия в паутинообразной модели достигаются при условии, если:

- а) абсолютный наклон кривой спроса больше абсолютного наклона кривой предложения;
- б) абсолютный наклон кривой спроса меньше абсолютного наклона кривой предложения;
- в) абсолютный наклон кривой спроса равен абсолютному наклону кривой предложения.

29. Мера реакции одной величины на изменение другой на один процент:

- а) изменчивость;
- б) эластичность;
- в) гибкость;
- г) неустойчивость.

30. Формула расчета коэффициента эластичности спроса по цене:

- а) $E^D_{PX} = \frac{\Delta Q_{DX} (\%)}{\Delta P_X (\%)} ;$
- б) $E^D_{PX} = \frac{Q_{DX} (\%)}{P_X (\%)} ;$
- в) $E^D_{PX} = \left| \frac{\Delta Q_{DX} (\%)}{\Delta P_X (\%)} \right| ;$
- г) $E^D_{PX} = \left| \frac{Q_{DX} (\%)}{P_X (\%)} \right| .$

31. Установите соответствие между значением коэффициента эластичности спроса по цене и видом ценовой эластичности спроса:

- | | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| а) $E^D_{PX} > 1;$ | 1) абсолютно неэластичный спрос; |
| б) $E^D_{PX} = 0;$ | 2) абсолютно эластичный спрос; |
| в) $E^D_{PX} = \infty;$ | 3) неэластичный спрос; |
| г) $E^D_{PX} = 1;$ | 4) единичная эластичность спроса; |
| д) $E^D_{PX} < 1.$ | 5) эластичный спрос. |

32. Установите соответствие между значением коэффициента эластичности спроса по доходу и видом товара:

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| а) $E^D_{In} < 0;$ | 1) низкокачественные товары; |
| б) $0 < E^D_{In} < 1;$ | 2) предметы роскоши; |
| в) $E^D_{In} > 1.$ | 3) нормальные блага. |

33. Установите соответствие между значением коэффициента перекрестной эластичности спроса и видами товаров по отношению друг к другу:

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| а) $E^{D_x}_{P_y} < 0$; | 1) товары – субституты; |
| б) $E^{D_x}_{P_y} > 0$; | 2) независимые товары; |
| в) $E^{D_x}_{P_y} = 0$. | 3) комплементарные товары. |

34. Верно ли следующее утверждение. Чем больше направлений применения данной продукции, тем эластичность спроса будет меньше:

- а) да;
- б) нет.

35. Верно ли следующее утверждение. Спрос на лекарства практически неэластичен:

- а) да;
- б) нет.

36. Установите соответствие между видом эластичности спроса и изменением общей выручки в результате снижения цены товара:

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------|
| а) эластичный спрос; | 1) выручка не изменяется; |
| б) неэластичный спрос; | 2) уменьшение выручки; |
| в) единичная эластичность спроса. | 3) увеличение выручки. |

37. Формула расчета коэффициента эластичности предложения по цене:

а)
$$E^S_{P_X} = \left| \frac{\Delta Q_{SX} (\%)}{\Delta P_X (\%)} \right|;$$

б)
$$E^S_{P_X} = \left| \frac{Q_{SX} (\%)}{P_X (\%)} \right|;$$

- в) ;
- г) .

38. Верно ли следующее утверждение. Улучшение применяемой технологии не способствует росту эластичности предложения:

- а) да;
- б) нет.

39. Верно ли следующее утверждение. Эластичность предложения больше в долгосрочном периоде времени, чем в мгновенном и краткосрочном периодах:

- а) да;
- б) нет.

40. При введении государством налога на единицу продукции бóльшую часть налога выплачивает производитель в случае, если:

- а) эластичный спрос (эластичность предложения имеет второстепенное значение);
- б) неэластичный спрос (эластичность предложения имеет второстепенное значение);
- в) эластичное предложение (эластичность спроса имеет второстепенное значение);
- г) неэластичное предложение (эластичность спроса имеет второстепенное значение).

41. Способность блага удовлетворять потребности экономического агента:

- а) качество;

- б) полезность;
- в) исправность;
- г) востребованность.

42. У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас – авторы:

- а) теории кардинализма;
- б) теории ординализма.

43. Полезность, получаемая от потребления наименьшей дополнительной единицы блага в процессе непрерывного потребления:

- а) общая полезность;
- б) максимальная полезность;
- в) минимальная полезность;
- г) предельная полезность.

44. Установите соответствие между видами полезности и их определениями.

- | | |
|---------------------------|---|
| а) предельная полезность; | 1) способность определенного количества блага удовлетворять потребность человека; |
| б) общая полезность. | 2) полезность, получаемая от потребления наименьшей дополнительной единицы блага в процессе непрерывного потребления. |

45. Когда совокупная полезность достигает максимума, маргинальная полезность:

- а) достигает максимума;
- б) достигает минимума;
- в) равна нулю.

46. Первый закон Госсена гласит, что при прочих равных условиях потребляемые последовательно части какого-либо блага обладают:

- а) возрастающей полезностью для потребителя;
- б) неизменной полезностью для потребителя;
- в) убывающей полезностью для потребителя;
- г) максимальной полезностью для потребителя.

47. Правило максимизации полезности (второй закон Госсена) можно представить в виде:

- а) ;
- в) ;
- б) ;
- г) .

48. Ф. Эджуорт, Е. Слуцкий, В. Парето – авторы:

- а) теории кардинализма;
- б) теории ординализма.

49. Линия, показывающая различные комбинации двух экономических благ (X и Y), имеющих одинаковую совокупную полезность для потребителя:

- а) кривая безразличия;
- б) бюджетная линия;
- в) кривая Энгеля;
- г) кривая доход–потребление.

50. Каким свойством обладает кривая безразличия?

г) линия, показывающая все комбинации двух экономических благ, которые могут быть приобретены при данном уровне цен на товары и заданной величине денежного дохода.

55. На рис. 3 представлена кривая безразличия. Для каких товаров характерен такой вид кривой безразличия?

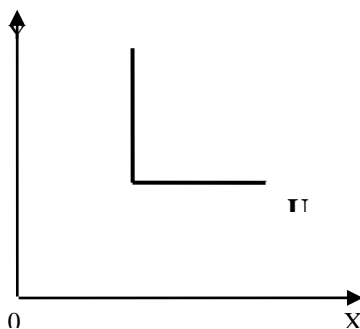


Рис. 3. Кривая безразличия

- а) товары–субституты;
 - б) взаимодополняемые товары;
 - в) товары Гиффена.
56. Угол наклона бюджетной линии:
- а) ;
 - б) ;
 - в) MRS_{XY} ;
 - г) $- MRS_{XY}$.
57. Уравнение бюджетного ограничения:
- а) ;
 - б) ;
 - в) ;
 - г) .
58. Увеличение реального дохода покупателей способствует:
- а) перемещению точки пересечения линии бюджетного ограничения с осью абсцисс вправо;
 - б) перемещению точки пересечения линии бюджетного ограничения с осью ординат вверх;
 - в) смещению бюджетной линии параллельно вправо;
 - г) смещению бюджетной линии параллельно влево.
59. Уменьшение цены блага X при прочих равных условиях способствует:
- а) перемещению точки пересечения линии бюджетного ограничения с осью абсцисс вправо;
 - б) перемещению точки пересечения линии бюджетного ограничения с осью ординат вверх;
 - в) смещению бюджетной линии параллельно вправо;
 - г) смещению бюджетной линии параллельно влево.
60. Оптимум потребителя достигается:
- а) в точке пересечения кривой безразличия и бюджетной линии;
 - б) в точке касания кривой безразличия и бюджетной линии;
 - в) в точке пересечения бюджетной линии с осью абсцисс;
 - г) в точке пересечения бюджетной линии с осью ординат.
61. В случае равновесия потребителя:

- а) угол наклона кривой безразличия больше угла наклона бюджетной линии;
- б) угол наклона кривой безразличия меньше угла наклона бюджетной линии;
- в) угол наклона кривой безразличия равен углу наклона бюджетной линии.

62. Для нормальных товаров:

- а) отрицательный эффект дохода перекрывает положительный эффект замещения;
- б) эффект дохода и эффект замещения суммируются;
- в) положительный эффект замещения перекрывает отрицательный эффект дохода.

63. Для низкокачественных товаров, занимающих значительное место в бюджете потребителя (товары Гиффена):

- а) отрицательный эффект дохода перекрывает положительный эффект замещения;
- б) эффект дохода и эффект замещения суммируются;
- в) положительный эффект замещения перекрывает отрицательный эффект дохода.

64. Для низкокачественных товаров, занимающих незначительное место в бюджете потребителя:

- а) отрицательный эффект дохода перекрывает положительный эффект замещения;
- б) эффект дохода и эффект замещения суммируются;
- в) положительный эффект замещения перекрывает отрицательный эффект дохода.

65. Товары, спрос на которые увеличивается с ростом цены на них:

- а) нормальные товары;
- б) предметы роскоши;
- в) товары Гиффена;
- г) товары–субституты.

66. Кривая, показывающая зависимость между объемом потребления товара и доходом индивида при неизменных ценах и предпочтениях:

- а) кривая Энгеля;
- б) кривая безразличия;
- в) бюджетная линия;
- г) индивидуальная кривая спроса.

67. Влияние изменения относительных цен на структуру потребления позволяет выявить изменения уровня благосостояния покупателей и используется для построения:

- а) кривой доход–потребление;
- б) кривой цена–потребление;
- в) кривой Энгеля;
- г) индивидуальной кривой спроса.

68. Влияние изменения реального дохода индивида для оценки изменения структуры потребления используется для построения:

- а) кривой доход–потребление;
- б) кривой цена–потребление;
- в) кривой Энгеля;
- г) индивидуальной кривой спроса.

69. Установите соответствие между расходами, доходами потребителя и видами товаров:

- | | |
|---|------------------------------|
| а) расходы на благо увеличиваются медленнее, чем рост дохода; | 1) нормальные товары; |
| б) расходы на благо увеличиваются | 2) низкокачественные товары; |

быстрее, чем рост дохода;

в) расходы на благо снижаются по мере роста дохода.

3) высококачественные товары.

70. На рис. 4 отрезки X_0X_2 и X_2X_1 отражают соответственно:

- а) эффект замещения и эффект дохода;
- б) эффект дохода и эффект замещения;
- в) общий эффект и эффект дохода;
- г) общий эффект и эффект замещения.

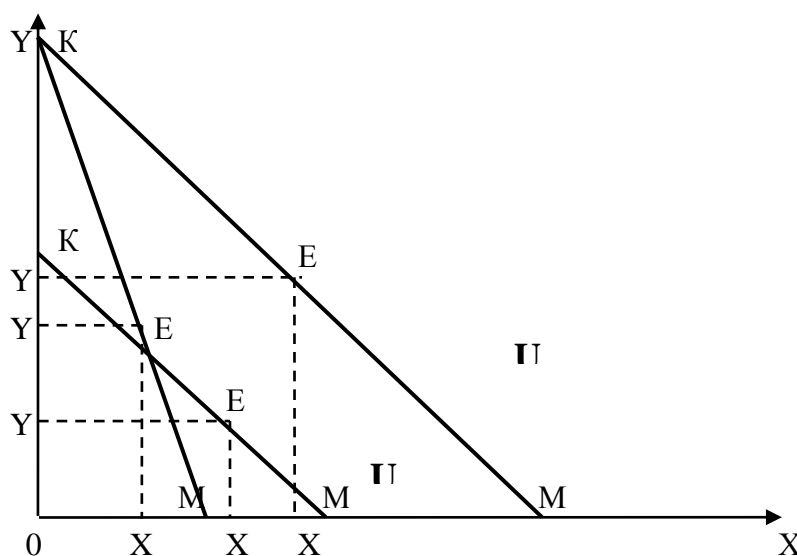


Рис. 4.

71. Целенаправленный процесс превращения производственных ресурсов в необходимые людям экономические блага – это:

- а) производство;
- б) распределение;
- в) обмен;
- г) потребление.

72. Факторы производства – это:

- а) ресурсы, не вовлеченные в процесс производства;
- б) ресурсы, вовлеченные в процесс производства;
- в) ресурсы, которые предполагается вовлечь в процесс производства;
- г) вновь выявленные ресурсы.

73. Средства производства включают в себя:

- а) только средства труда;
- б) только предметы труда;
- в) средства труда и предметы труда;
- г) личный и вещественный факторы производства.

74. Производственная функция характеризует:

- а) соотношение между любым набором ресурсов и минимально возможным объемом продукции, произведенным из этого набора;
- б) соотношение между максимальным набором ресурсов и максимально возможным объемом продукции, произведенным из этого набора;
- в) соотношение между любым набором ресурсов;

г) соотношение между любым набором ресурсов и максимально возможным объемом продукции, произведенным из этого набора.

75. Период времени, в течение которого ресурсы фиксированы, вследствие чего объем производства не может быть изменен:

- а) мгновенный период;
- б) краткосрочный период;
- в) долгосрочный период.

76. Период времени, в течение которого предприятие может изменять затраты всех факторов производства, в том числе осуществлять капиталовложения:

- а) мгновенный период;
- б) краткосрочный период;
- в) долгосрочный период.

77. Период времени, в течение которого объем производства может регулироваться только путем изменения количества наиболее мобильного (переменного) используемого фактора при неизменных объемах других ресурсов:

- а) мгновенный период;
- б) краткосрочный период;
- в) долгосрочный период.

78. Объем продукции, получаемый от применения определенного количества переменного фактора производства:

- а) совокупный продукт;
- б) средний продукт;
- в) предельный продукт.

79. Дополнительный продукт, получаемый от применения добавочной единицы переменного ресурса:

- а) совокупный продукт;
- б) средний продукт;
- в) предельный продукт.

80. Отношение общего продукта к количеству переменного ресурса:

- а) совокупный продукт;
- б) средний продукт;
- в) предельный продукт.

81. Формула расчета предельного продукта:

- а) ;
- б) ;
- в) ;
- г) верны ответы а), б), в).

82. С помощью графика совокупного продукта можно рассчитать значение среднего продукта путем:

- а) проведения луча из начала координат до определенной точки на кривой ТР и нахождения тангенса угла наклона данного луча;
- б) проведения луча из начала координат до определенной точки на кривой ТР и нахождения синуса угла наклона данного луча;
- в) проведения касательной к кривой совокупного продукта в определенной точке и нахождения тангенса угла наклона этой касательной;

- а) нейтральный эффект масштаба;
- б) положительный эффект масштаба;
- в) отрицательный эффект масштаба.

91. Ситуация, когда объемы выпуска увеличиваются в меньшей степени по сравнению с привлечением факторов производства, т.е. наблюдается снижение их производительности:

- а) нейтральный эффект масштаба;
- б) положительный эффект масштаба;
- в) отрицательный эффект масштаба.

92. Угол наклона изокосты:

- а) ;
- б) ;
- в) $MRTS_{LK}$;
- г) $-MRTS_{LK}$.

93. Уравнение изокосты:

- а) ;
- б) ;
- в) ;
- г) .

94. Линия равных издержек (стоимости); линия, характеризующая все возможные комбинации двух факторов производства (капитала и труда), которые имеют равную стоимость:

- а) изокоста;
- б) изокванта;
- в) путь развития фирмы;
- г) карта изоквант.

95. Если изокоста меняет свое положение как показано на рис. 5, то это может произойти вследствие:

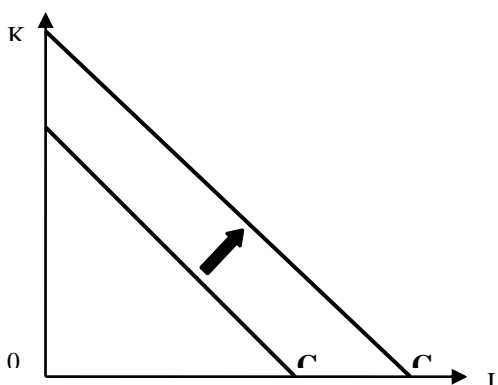


Рис. 5. Параллельное смещение изокосты вправо

- а) уменьшения бюджета производителя;
- б) увеличения бюджета производителя;
- в) пропорционального увеличения цен на оба фактора производства;
- г) увеличения цены капитала или труда.

96. Если изокоста меняет свое положение как показано на рис. 6, то это может произойти вследствие:

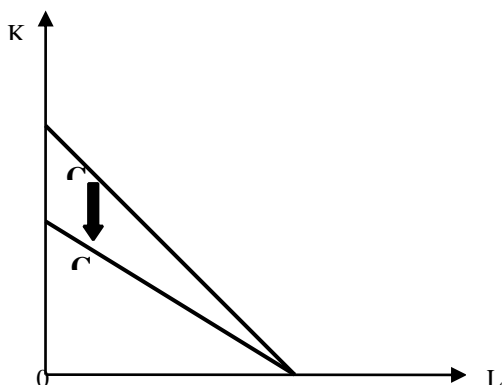


Рис. 6. Изменение угла наклона изокосты

- а) уменьшения бюджета производителя;
- б) увеличения бюджета производителя;
- в) уменьшения цены услуг труда;
- г) увеличения цены услуг капитала.

97. Оптимум производителя достигается:

- а) в точке пересечения изокванты и изокосты;
- б) в точке касания изокванты и изокосты;
- в) в точке пересечения изокосты с осью абсцисс;
- г) в точке пересечения изокосты с осью ординат.

98. В случае оптимума производителя:

- а) угол наклона изокванты больше угла наклона изокосты;
- б) угол наклона изокванты меньше угла наклона изокосты;
- в) угол наклона изокванты равен углу наклона изокосты.

99. При прочих равных условиях каждый последний рубль (денежная единица), потраченный на покупку факторов производства, будет приносить одинаковую отдачу (предельный продукт) – это:

- а) правило максимизации прибыли;
- б) правило наименьших издержек;
- в) правило наибольших издержек;
- г) правило максимизации полезности.

100. Кривая, построенная путем соединения точек оптимума производителя, называется (рис. 7):

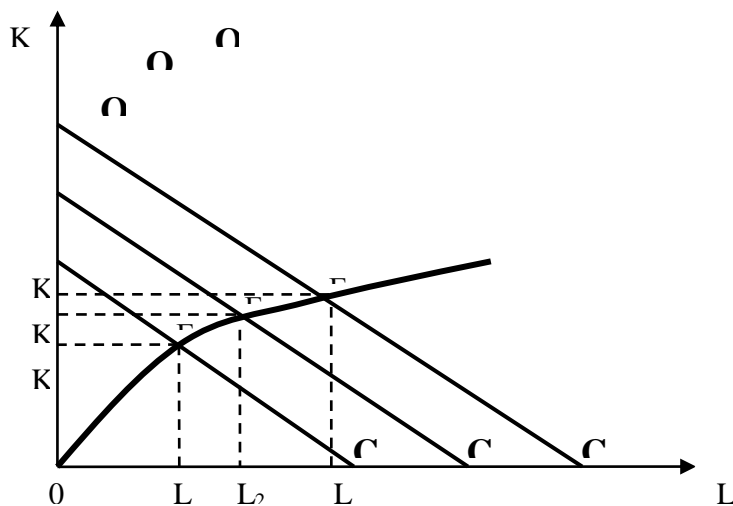


Рис. 7.

- а) изокоста;
- б) изокванта;
- в) кривая доход–потребление;
- г) кривая «путь развития».

101. Денежное выражение расходов производителя, связанных с производством продукции:

- а) выручка производителя;
- б) издержки производства;
- в) доход производителя;
- г) прибыль производителя.

102. Издержки производства, принимающие форму прямых платежей внешним поставщикам ресурсов:

- а) явные издержки;
- б) неявные издержки;
- в) экономические издержки;
- г) имплицитные издержки.

103. Внутренние издержки фирмы, представляющие собой издержки производства, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих владельцам фирм:

- а) явные издержки;
- б) неявные издержки;
- в) экономические издержки;
- г) бухгалтерские издержки.

104. Совокупность явных и неявных издержек производства представляет собой:

- а) совокупные издержки;
- б) предельные издержки;
- в) экономические издержки;
- г) бухгалтерские издержки.

105. Часть общих издержек, величина которых не зависит от объема выпуска:

- а) совокупные издержки;
- б) постоянные издержки;
- в) переменные издержки;
- г) предельные издержки.

106. Часть постоянных издержек, которую продолжает нести фирма, даже если производство продукции временно прекращено:

- а) стартовые издержки;
- б) остаточные издержки;
- в) явные издержки;
- г) неявные издержки.

107. Часть постоянных издержек, которая возникает при возобновлении производства:

- а) стартовые издержки;
- б) остаточные издержки;
- в) явные издержки;
- г) неявные издержки.

108. Часть общих издержек, величина которых зависит от объема выпуска:

- а) совокупные издержки;

- б) постоянные издержки;
- в) переменные издержки;
- г) предельные издержки.

109. Совокупность постоянных и переменных издержек образует:

- а) совокупные издержки;
- б) предельные издержки;
- в) явные издержки;
- г) неявные издержки.

110. Если относительное изменение переменных издержек равно относительному изменению объема выпуска продукции, то это:

- а) пропорциональные переменные издержки;
- б) прогрессивные переменные издержки;
- в) регрессивные переменные издержки.

111. Если относительный рост переменных издержек больше, чем относительное увеличение объемов производства, то это:

- а) пропорциональные переменные издержки;
- б) прогрессивные переменные издержки;
- в) регрессивные переменные издержки.

112. Если относительное изменение переменных издержек меньше, чем относительный рост объема выпуска продукции, то это:

- а) пропорциональные переменные издержки;
- б) прогрессивные переменные издержки;
- в) регрессивные переменные издержки.

113. Формула расчета средних постоянных издержек:

- а) ;
- б) ;
- в) ;
- г) .

114. Величина переменных издержек производства, приходящихся в среднем на единицу продукции:

- а) средние постоянные издержки;
- б) средние переменные издержки;
- в) средние валовые издержки;
- г) предельные издержки.

115. Формула расчета предельных издержек:

- а) ;
- б) ;
- в) ;
- г) верны ответы а), б), в).

116. Кривая предельных издержек пересекает:

- а) кривые средних переменных и средних общих издержек в точках их минимального значения;
- б) кривые средних переменных и средних общих издержек в точках их максимального значения;
- в) кривую средних переменных в точке ее минимума и кривую средних общих издержек в точке ее максимума;

г) кривую средних переменных в точке ее максимума и кривую средних общих издержек в точке ее минимума.

117. «Оберточная» кривая (кривая долгосрочных средних издержек):

- а) линия, которая обволакивает линии краткосрочных средних издержек, проходящая через их минимальные значения;
- б) линия, которая обволакивает линии краткосрочных средних издержек, проходящая через их максимальные значения;
- в) линия, которая обволакивает линии долгосрочных средних издержек, проходящая через их минимальные значения;
- г) линия, которая обволакивает линии долгосрочных средних издержек, проходящая через их максимальные значения.

118. В случае, когда при увеличении объема выпуска продукции происходит снижение долгосрочных средних издержек производства, то имеет место:

- а) нейтральный эффект масштаба;
- б) положительный эффект масштаба;
- в) отрицательный эффект масштаба.

119. Если по мере роста объема выпуска наблюдается постоянство долгосрочных средних издержек производства, то имеет место:

- а) нейтральный эффект масштаба;
- б) положительный эффект масштаба;
- в) отрицательный эффект масштаба.

120. Если по мере роста объема выпуска наблюдается увеличение средних издержек производства, то имеет место:

- а) нейтральный эффект масштаба;
- б) положительный эффект масштаба;
- в) отрицательный эффект масштаба.

121. Денежное выражение суммарного дохода, получаемого фирмой от реализации определенного количества продукции по определенной цене:

- а) совокупный доход;
- б) средний доход;
- в) предельный доход;
- г) маржинальный доход.

122. Доход, приходящийся на единицу реализованной продукции:

- а) совокупный доход;
- б) средний доход;
- в) предельный доход;
- г) маржинальный доход.

123. Формула предельного дохода:

- а) ;
- б) ;
- в) ;
- г) .

124. В условиях совершенной конкуренции:

- а) средний и предельный доход будут равны цене товара;
- б) средний и предельный доход будут больше цены товара;
- в) средний и предельный доход будут меньше цены товара;
- г) совокупный доход будет равен цене товара.

125. Прибыль – это:
- а) равенство издержек производства и реализации продукции и дохода фирмы;
 - б) превышение издержек производства и реализации продукции над доходом фирмы;
 - в) превышение дохода фирмы над издержками производства и реализации продукции.
126. Разность между валовым доходом и совокупными издержками:
- а) маржинальная прибыль;
 - б) совокупная прибыль;
 - в) средняя прибыль;
 - г) предельная прибыль.
127. Формула расчета средней прибыли:
- а) ;
 - б) ;
 - в) ;
 - г) верны ответы а) и в).
128. Приращение общей прибыли в результате изменения объема реализации на дополнительную наименьшую единицу продукции:
- а) совокупная прибыль;
 - б) средняя прибыль;
 - в) предельная прибыль;
 - г) бухгалтерская прибыль.
129. Вычитание из валового дохода явных издержек производства дает:
- а) экономическую прибыль;
 - б) бухгалтерскую прибыль;
 - в) предельную прибыль;
 - г) валовую прибыль.
130. Формула расчета экономической прибыли:
- а) экономическая прибыль = TR – явные издержки;
 - б) экономическая прибыль = бухгалтерская прибыль – неявные издержки;
 - в) экономическая прибыль = TR – экономические издержки;
 - г) верны ответы б) и в).
131. Основными признаками рыночной структуры являются:
- а) количество фирм в отрасли;
 - б) входные и выходные барьеры;
 - в) характер продукта;
 - г) контроль над ценой;
 - д) характер кривой спроса на продукт;
 - е) верны все ответы.
132. Совершенная конкуренция характеризуется тем, что:
- а) на рынке существует множество самостоятельных продавцов;
 - б) существуют значительные входные барьеры в отрасль;
 - в) осуществляется производство дифференцированного продукта;
 - г) фирмы обладают контролем над ценой.
133. На рис. 8 представлена модель.

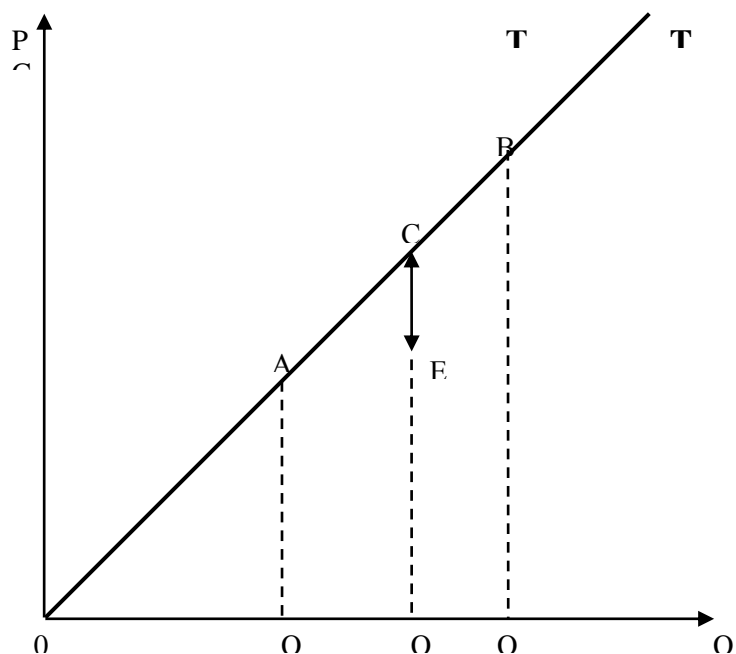


Рис. 8.

Это модель:

- а) «совокупный доход – совокупные издержки»;
- б) «совокупный доход – предельные издержки»;
- в) «средних и предельных показателей»;
- г) «совокупных и предельных показателей».

134. При прочих равных условиях фирма наращивает объем выпуска до тех пор, пока предельный доход не станет равен предельным издержкам производства () – это:

- а) правило минимизации издержек;
- б) правило максимизации полезности;
- в) правило максимизации прибыли;
- г) правило максимизации дохода.

135. Предприятие, для которого рыночная цена покрывает средние издержки производства, причем уровень цены товара соответствует минимальному значению краткосрочных средних издержек производства – это:

- а) допредельная фирма со сверхприбылью;
- б) допредельная фирма с нормальной прибылью;
- в) фирма с операционной прибылью;
- г) предельная фирма;
- д) запредельная фирма.

136. Предприятие, для которого рыночная цена устанавливается на уровне выше краткосрочных средних издержек производства – это:

- а) допредельная фирма со сверхприбылью;
- б) допредельная фирма с нормальной прибылью;
- в) фирма с операционной прибылью;
- г) предельная фирма;
- д) запредельная фирма.

137. Предприятие, для которого рыночная цена соответствует минимальному уровню средних переменных издержек – это:

- а) допредельная фирма со сверхприбылью;

- б) допредельная фирма с нормальной прибылью;
- в) фирма с операционной прибылью;
- г) предельная фирма;
- д) запредельная фирма.

138. Предприятие, для которого рыночная цена устанавливается на уровне ниже минимального значения средних переменных издержек производства – это:

- а) допредельная фирма со сверхприбылью;
- б) допредельная фирма с нормальной прибылью;
- в) фирма с операционной прибылью;
- г) предельная фирма;
- д) запредельная фирма.

139. Предприятие, для которого рыночная цена устанавливается на уровне ниже средних общих издержек производства, но выше средних переменных издержек – это:

- а) допредельная фирма со сверхприбылью;
- б) допредельная фирма с нормальной прибылью;
- в) фирма с операционной прибылью;
- г) предельная фирма;
- д) запредельная фирма.

140. Точка равновесия фирмы, при которой достигается равенство цены и средних общих издержек производства называется:

- а) ценой закрытия фирмы;
- б) ценой открытия фирмы;
- в) точкой безубыточности;
- г) точкой убыточности.

141. Цена, при которой окупается минимальный уровень средних переменных издержек, называется:

- а) ценой закрытия фирмы;
- б) ценой открытия фирмы;
- в) точкой безубыточности;
- г) точкой убыточности.

142. На рис. 9 представлена фирма, которая получает:

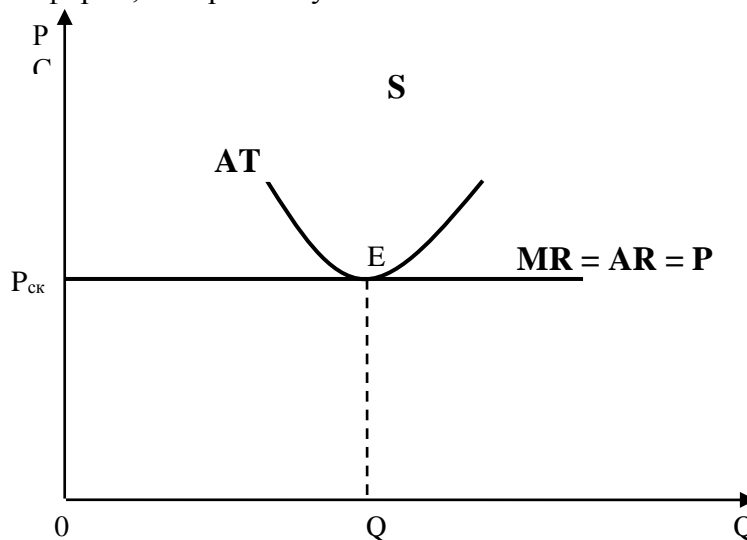


Рис. 9

- а) экономическую прибыль;
- б) нормальную прибыль;
- в) сверхприбыль;
- г) убытки.

143. Кривая предложения для отдельной фирмы в краткосрочном периоде представляет собой:

- а) отрезок кривой долгосрочных предельных издержек, лежащий выше минимальных долгосрочных средних издержек;
- б) отрезок кривой долгосрочных предельных издержек, лежащий ниже минимальных долгосрочных средних издержек;
- в) отрезок кривой предельных издержек, лежащий выше минимального значения средних переменных издержек производства;
- г) отрезок кривой предельных издержек, лежащий ниже минимального значения средних переменных издержек производства.

144. Кривая предложения фирмы в длительном периоде представляет собой:

- а) отрезок кривой долгосрочных предельных издержек, лежащий выше минимальных долгосрочных средних издержек;
- б) отрезок кривой долгосрочных предельных издержек, лежащий ниже минимальных долгосрочных средних издержек;
- в) отрезок кривой предельных издержек, лежащий выше минимального значения средних переменных издержек производства;
- г) отрезок кривой предельных издержек, лежащий ниже минимального значения средних переменных издержек производства.

145. Состояние, при котором продукт производится наименее дорогостоящим способом, т.е. цена товара соответствует минимальным средним издержкам ():

- а) аллокативная эффективность;
- б) производственная эффективность;
- в) распределительная эффективность;
- г) верны ответы а) и в).

146. Способность распределить ограниченные ресурсы таким образом, чтобы достичь максимального удовлетворения потребностей, что достигается при условии равенства цены продукции и предельных издержек производства ():

- а) аллокативная эффективность;
- б) производственная эффективность;
- в) социальная эффективность;
- г) верны ответы б) и в).

147. Объединение фирм, осуществляющих разные стадии единого технологического процесса – это:

- а) горизонтальная интеграция;
- б) вертикальная интеграция;
- в) конгломерация.

148. Объединение фирм, выпускающих одинаковую продукцию или осуществляющих одинаковую стадию технологического процесса – это:

- а) горизонтальная интеграция;
- б) вертикальная интеграция;
- в) конгломерация.

149. Объединение фирм, не имеющих технологической связи – это:
- а) горизонтальная интеграция;
 - б) вертикальная интеграция;
 - в) конгломерация.
150. Слияние компаний – это:
- а) процесс, при котором активы компании приобретаются другой фирмой, причем учредители вынуждены приобретать ценные бумаги по более высокой рыночной цене, что требует дополнительных финансовых ресурсов;
 - б) процесс объединения нескольких фирм, при котором осуществляется замена названия компании, и для которой не требуется дополнительный финансовый источник;
 - в) верны ответы а) и б);
 - г) нет верного ответа.
151. Поглощение компании – это:
- а) процесс, при котором активы компании приобретаются другой фирмой, причем учредители вынуждены приобретать ценные бумаги по более высокой рыночной цене, что требует дополнительных финансовых ресурсов;
 - б) процесс объединения нескольких фирм, при котором осуществляется замена названия компании, и для которой не требуется дополнительный финансовый источник;
 - в) верны ответы а) и б);
 - г) нет верного ответа.
152. Двусторонний контракт, основанный на существующих юридических правилах, четко определяющих условия сделки и применение санкций в случае невыполнения этих условий – это:
- а) классический контракт;
 - б) неоклассический контракт;
 - в) имплицитный контракт.
153. Долгосрочное взаимовыгодное соглашение, при котором неформальное, условное преобладает над формальным – это:
- а) классический контракт;
 - б) неоклассический контракт;
 - в) имплицитный контракт.
154. Долгосрочный контракт, заключенный в условиях неопределенности, когда невозможно предугадать все последствия сделки – это:
- а) классический контракт;
 - б) неоклассический контракт;
 - в) имплицитный контракт.
155. Теория, которая предполагает, что поведение экономического человека определяется не только естественными, но и социальными условиями, законами всей системы, включающей законы естествознания, космоса, природы и т.д.:
- а) традиционная теория;
 - б) менеджериальная теория;
 - в) теория роста фирмы;
 - г) теория множественности целей;
 - д) институциональная теория;
 - е) поведенческая теория.

156. Теория, в которой целью деятельности фирмы является обеспечение ее роста:
- а) традиционная теория;
 - б) менеджериальная теория;
 - в) теория роста фирмы;
 - г) теория множественности целей;
 - д) институциональная теория;
 - е) поведенческая теория.
157. Теория, в которой фирма представляет собой сложную систему, в которой иерархии субъектов управления соответствует иерархия интересов:
- а) традиционная теория;
 - б) менеджериальная теория;
 - в) теория роста фирмы;
 - г) теория множественности целей;
 - д) институциональная теория;
 - е) поведенческая теория.
158. Теория, которая предполагает, что принятие решений в краткосрочный период осуществляется менеджерами, которые стремятся к повышению личного статуса, увеличению доходов, что заставляет их стремиться к расширению объема выпуска и росту объема продаж:
- а) традиционная теория;
 - б) менеджериальная теория;
 - в) теория роста фирмы;
 - г) теория множественности целей;
 - д) институциональная теория;
 - е) поведенческая теория.
159. Теория, в которой основу фирмы составляет пучок контрактов между владельцами факторов производства:
- а) традиционная теория;
 - б) менеджериальная теория;
 - в) теория роста фирмы;
 - г) теория множественности целей;
 - д) институциональная теория;
 - е) поведенческая теория.
160. Теория, в которой основной целью деятельности фирмы является максимизация общей прибыли:
- а) традиционная теория;
 - б) менеджериальная теория;
 - в) теория роста фирмы;
 - г) теория множественности целей;
 - д) институциональная теория;
 - е) поведенческая теория.
161. Несовершенная конкуренция – это:
- а) тип рыночной структуры, когда фирма является ценоискателем;
 - б) тип рыночной структуры, когда фирма является ценополучателем;
 - в) верны ответы а) и б);
 - г) нет верного ответа.

162. Величина валового дохода по мере роста объема продаж в условиях несовершенной конкуренции:
- а) только увеличивается;
 - б) только уменьшается;
 - в) остается неизменной;
 - г) увеличивается до определенного момента, а затем снижается.
163. В условиях несовершенной конкуренции величины среднего и предельного дохода:
- а) совпадают только для первой единицы реализованного продукта;
 - б) совпадают только для последней единицы реализованного продукта;
 - в) совпадают всегда;
 - г) не совпадают.
164. Тип рыночной структуры, при которой фирма олицетворяется с целой отраслью, выпускающей уникальный, не имеющий аналогов товар, при этом ограничивающей присутствие конкурентов на рынке высокими, трудно преодолимыми барьерами:
- а) совершенная конкуренция;
 - б) монополия;
 - в) монополистическая конкуренция;
 - г) олигополия.
165. Характерной чертой монополии является:
- а) открытый доступ к информации;
 - б) заменимый товар;
 - в) невысокие входные и выходные барьеры;
 - г) единственная фирма-гигант.
166. В условиях монополии производится:
- а) однородный товар;
 - б) дифференцированный товар;
 - в) уникальный товар;
 - г) однородный и дифференцированный товар.
167. Ситуация на рынке, когда одному продавцу противостоит только один покупатель:
- а) монополия;
 - б) олигополия;
 - в) моносония;
 - г) двусторонняя монополия.
168. Предприятие, которое благодаря новизне товара может на определенное время стать единственным производителем:
- а) естественная монополия;
 - б) закрытая монополия;
 - в) открытая монополия.
169. Монополия, возникающая в тех отраслях, в которых из-за особенностей технологии производства экономических благ наиболее эффективна организация производства на базе только одного предприятия:
- а) естественная монополия;
 - б) закрытая монополия;
 - в) открытая монополия.

170. Монополия, возникающая в результате ограничения деятельности других фирм на рынке с помощью существующих нормативно-правовых актов:

- а) естественная монополия;
- б) закрытая монополия;
- в) открытая монополия.

171. Ситуация, когда на рынке множество производителей и при этом только один покупатель, который может, манипулируя объемом закупок, снижать цены:

- а) монополия;
- б) монопосония;
- в) двусторонняя монополия;
- г) монополистическая конкуренция.

172. Если средние переменные издержки располагается на уровне цены, устанавливаемой монополистом, фирма:

- а) получает сверхприбыль;
- б) получает экономическую прибыль;
- в) несет убытки в размере постоянных издержек;
- г) несет убытки в размере переменных издержек.

173. На рис. 10. представлена монополия.

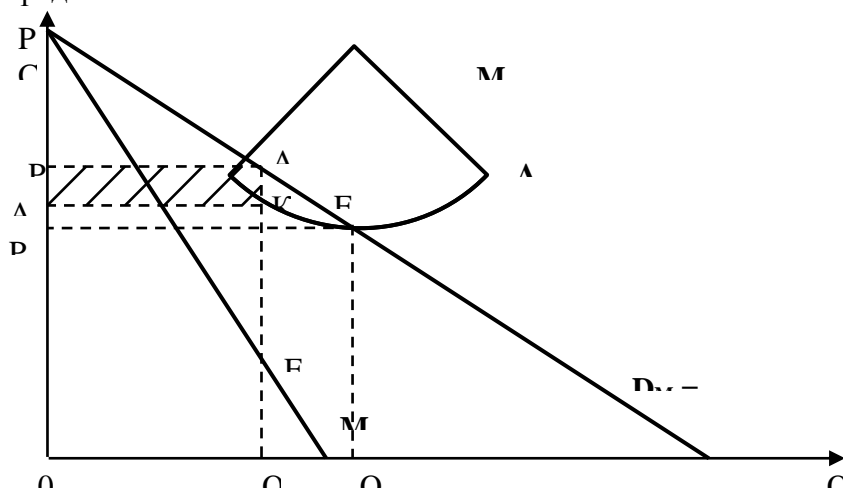


Рис. 10.

При этом прямоугольник $ATCP_MAB$ свидетельствует о том, что фирма получает:

- а) сверхприбыль;
- б) только нормальную прибыль;
- в) убытки;
- г) нулевую экономическую прибыль.

174. Государство регулирует естественные монополии, устанавливая цену на уровне:

- а) средних общих издержек производства;
- б) средних переменных издержек производства;
- в) предельных издержек;
- г) выше средних общих издержек производства.

175. Продажа одного и того же товара разным потребителям по разным ценам:

- а) дифференциация товара;
- б) ценовая дискриминация;
- в) верны ответы а) и б);

г) нет верного ответа.

176. Существуют три основных условия реализации ценовой дискриминации. Укажите лишнее:

- а) фирма должна обладать достаточно высоким уровнем монопольной власти;
- б) фирма должна быть ценополучателем;
- в) покупатель не имеет возможности перепродать товар или услугу другим потребителям;
- г) продавец может сегментировать рынок (разделить потребителей на группы по определенным признакам).

177. Ценовая дискриминация, в условиях которой цены изменяются в зависимости от количества покупаемого товара:

- а) ценовая дискриминация первой степени;
- б) ценовая дискриминация второй степени;
- в) ценовая дискриминация третьей степени.

178. Совершенная ценовая дискриминация, когда разные единицы товара продаются по разным ценам разным покупателям, способствующая изъятию всего излишка (выигрыша) потребителя:

- а) ценовая дискриминация первой степени;
- б) ценовая дискриминация второй степени;
- в) ценовая дискриминация третьей степени.

179. Ценовая дискриминация, которая основана на реализации товара по разным ценам для различных групп покупателей:

- а) ценовая дискриминация первой степени;
- б) ценовая дискриминация второй степени;
- в) ценовая дискриминация третьей степени.

180. Основным преимуществом монополии является то, что:

- а) продукция, производимая фирмой-монополистом, отличается, как правило, плохим качеством;
- б) большие масштабы производства позволяют сокращать издержки производства и экономить ресурсы;
- в) внушительные прибыли фирмы-монополиста не способствуют капиталовложениям в НИОКР;
- г) монопольно высокие прибыли, сохраняющиеся в течение достаточно длительного времени, не способствуют развитию конкуренции.

181. Основным недостатком монополии является то, что:

- а) монополист завышает цены на производимые товары;
- б) повышается стимул для роста эффективности производства;
- в) невысокие барьеры для проникновения на монополизированный рынок;
- г) монополист производит объем продукции больше, чем при совершенной конкуренции.

182. Тип рыночной структуры, сочетающий в себе черты совершенной конкуренции и монополии:

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

183. Характерной чертой монополистической конкуренции является:

- а) закрытый доступ к информации;
- б) уникальный товар;
- в) высокие входные и выходные барьеры;
- г) дифференцированная продукция.

184. В условиях монополистической конкуренции количество фирм в отрасли:

- а) одна;
- б) две-три;
- в) от двух до десяти;
- г) множество.

185. В условиях монополистической конкуренции:

- а) достигается аллокативная эффективность;
- б) не достигается аллокативная эффективность;
- в) достигается эффективность в распределении ресурсов;
- г) достигается производственная эффективность.

186. На рис. 11 представлено равновесие в условиях монополистической конкуренции в долгосрочном периоде времени.

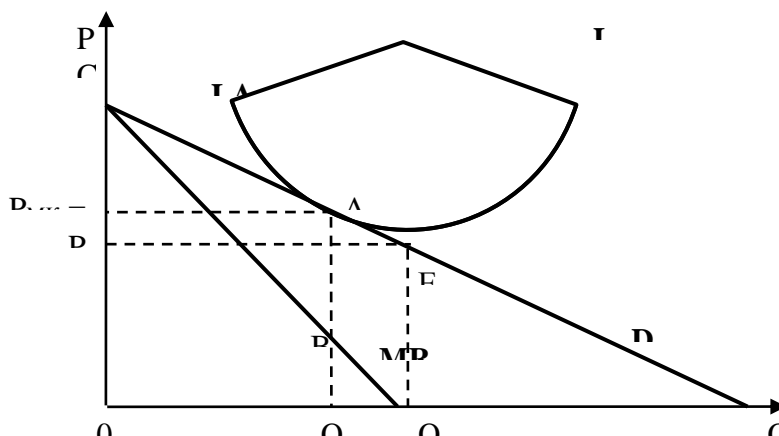


Рис. 11.

При этом фирма будет получать:

- а) экономическую прибыль;
- б) сверхприбыль;
- в) убытки;
- г) только нормальную прибыль.

187. Дифференциация товара в условиях монополистической конкуренции заключается в том, что фирмы в отрасли производят:

- а) идентичные товары;
- б) похожие, но не идентичные товары;
- в) абсолютные товары-субституты;
- г) однородную продукцию.

188. Использование неценовой конкуренции в условиях монополистической конкуренции предопределенно:

- а) значительным контролем над ценами;
- б) незначительным контролем над ценами;

- в) низким уровнем зависимости от потребителя;
- г) незначительным контролем над ценами и низким уровнем зависимости от потребителя.

189. Основным преимуществом монополистической конкуренции является то, что:

- а) производится широкий диапазон товаров;
- б) нелегко найти товар-заменитель;
- в) невысокая конкуренция в отрасли;
- г) высокие капиталовложения для входа на рынок.

190. Основным недостатком монополистической конкуренции является то, что:

- а) при монополистической конкуренции достигается производственная эффективность;
- б) высокие экономические прибыли способствуют притоку новых фирм на рынок, что увеличивает сверхприбыль;
- в) разнообразие обходится для предприятий дешево;
- г) происходит завышение цены предлагаемой продукции и недопроизводство товаров по сравнению с совершенной конкуренцией.

191. Тип рыночной структуры, характеризующийся тем, что на рынке существует небольшое количество фирм, которые контролируют основную часть рынка:

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

192. В условиях олигополии производится:

- а) только однородный товар;
- б) только дифференцированный товар;
- в) уникальный товар;
- г) однородный и дифференцированный товар.

193. Тип рынка, на котором существуют три-четыре фирмы:

- а) дуополия;
- б) жесткая олигополия;
- в) мягкая (аморфная) олигополия.

194. Тип рынка, на котором существуют пять-десять фирм:

- а) дуополия;
- б) жесткая олигополия;
- в) мягкая (аморфная) олигополия.

195. Тип рынка, на котором существуют только две фирмы:

- а) дуополия;
- б) жесткая олигополия;
- в) мягкая (аморфная) олигополия.

196. Ситуация, когда на рынке множество производителей и при этом несколько покупателей:

- а) олигополия;
- б) олигопсония;
- в) монополия;
- г) монопсония.

197. Официальное соглашение группы фирм по поводу их интересов, в котором совместно принимаются решения в отношении цен, объемов выпуска и единой политики по отношению к поставщикам ресурсов так, как если бы они слились в чистую монополию:

- а) явный сговор;
- б) тайный сговор;
- в) модель лидерства в ценах;
- г) модель отсутствия сговора.

198. Негласное соглашение между олигополистами о ценах, объемах выпуска и единой политике по отношению к поставщикам ресурсов, которое преследуется законом:

- а) явный сговор;
- б) тайный сговор;
- в) картель;
- г) модель отсутствия сговора.

199. Модель поведения олигополистов, в которой сначала одна фирма производит изменения в ценах на продукцию, которые затем повторяются остальными фирмами в отрасли:

- а) явный сговор;
- б) тайный сговор;
- в) модель лидерства в ценах;
- г) правило большого пальца.

200. Ценообразование по принципу «издержки плюс» происходит в случае, когда установление цены происходит на основе:

- а) средних переменных издержек производства плюс надбавка;
- б) средних постоянных издержек производства плюс надбавка;
- в) предельных издержек производства плюс надбавка;
- г) средних общих издержек производства минус надбавка.

201. Модель поведения олигополистов, которая предполагает, что при увеличении цены одним предприятием фирмы-конкуренты не последуют его примеру, а в случае при снижении цены будут вынуждены тоже снизить цену:

- а) модель ломаной кривой спроса
- б) модель Курно;
- в) модель лидерства в ценах;
- г) теория игр.

202. Равновесие Курно – это:

- а) каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, при этом каждая фирма изменяет свой объем выпуска;
- б) каждая фирма неправильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение;
- в) каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, ни одна фирма не имеет стимула изменять свой объем выпуска;
- г) каждая фирма неправильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, при этом каждая фирма изменяет свой объем выпуска.

203. При дуополии в модели Штакельберга возможны определенные комбинации поведения:

- а) дуополист №1 – лидер, дуополист №2 – последователь;
- б) дуополист №2 – лидер, дуополист №1 – последователь;
- в) оба дуополиста – последователи;

- г) оба дуополиста – лидеры;
- д) верны все ответы.

204. Равновесие Бертрана – это ситуация на дуополистическом рынке, в котором фирмы конкурируют, снижая цены и увеличивая объем выпуска до тех пор, пока цена не окажется:

- а) равной предельным издержкам;
- б) больше предельных издержек;
- в) меньше предельных издержек.

205. Подход в рамках теории игр, когда один участник считает, что конкурент поступит наилучшим для него образом:

- а) подход $\max\min$;
- б) подход $\max\max$;
- в) верны ответы а) и б);
- г) нет верного ответа.

206. Подход в рамках теории игр, когда фирма надеется, что оппонент подыграет ей:

- а) подход $\max\min$;
- б) подход $\max\max$;
- в) верны ответы а) и б);
- г) нет верного ответа.

207. Законодательство, направленное против накопления фирмами опасной для общества монопольной власти:

- а) уголовное законодательство;
- б) антимонопольное законодательство;
- в) трудовое законодательство;
- г) жилищное законодательство.

208. Применение антимонопольных мер только в случае наличия доказанных монополистических злоупотреблений, т.е. данный подход направлен против реальных монополистических образований:

- а) структурный подход;
- б) поведенческий подход;
- в) верны ответы а) и б);
- г) нет верного ответа.

209. Автоматическое вмешательство в случае превышения предприятием определенной законом доли рынка, т.е. данный подход направлен на предотвращение возникновения монополистических образований:

- а) структурный подход;
- б) поведенческий подход;
- в) верны ответы а) и б);
- г) нет верного ответа.

210. Органом, осуществляющим контроль за исполнением антимонопольного законодательства в РФ, является:

- а) Государственная дума Российской Федерации;
- б) Правительство Российской Федерации;
- в) Федеральная торговая комиссия;
- г) Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации.

211. Индекс Лернера (I_L) рассчитывается следующим образом:

- а) ; в) ;
- б) ; г) .

212. В условиях совершенной конкуренции индекс Лернера:

- а) $I_L = 0$;
- б) $I_L > 0$;
- в) $I_L < 0$;
- г) $I_L = 1$.

213. Индекс Херфиндаля–Хиршмана (I_{HH}) рассчитывается следующим образом:

- а) ; в) ;
- б) ; г) .

214. Если индекс Херфиндаля–Хиршмана $I_{HH} > 2000$, то:

- а) неконцентрированный рынок;
- б) умеренная концентрация;
- в) высококонцентрированный рынок.

215. Если индекс Херфиндаля–Хиршмана $I_{HH} < 1000$, то:

- а) неконцентрированный рынок;
- б) умеренная концентрация;
- в) высококонцентрированный рынок.

216. Если индекс Херфиндаля–Хиршмана $1000 < I_{HH} < 2000$, то:

- а) неконцентрированный рынок;
- б) умеренная концентрация;
- в) высококонцентрированный рынок.

217. Если в отрасли функционирует лишь одна фирма (монополия), то:

- а) индекс Херфиндаля–Хиршмана $I_{HH} = 1$;
- б) индекс Херфиндаля–Хиршмана $I_{HH} = 100$;
- в) индекс Херфиндаля–Хиршмана $I_{HH} = 1000$;
- г) индекс Херфиндаля–Хиршмана $I_{HH} = 10000$.

218. Если коэффициент концентрации трех компаний CR_3 от 70% до 100%, то:

- а) низкоконцентрированный рынок;
- б) умеренноконцентрированный рынок;
- в) высококонцентрированный рынок.

219. Если коэффициент концентрации трех компаний CR_3 от 45% до 70%, то:

- а) низкоконцентрированный рынок;
- б) умеренноконцентрированный рынок;
- в) высококонцентрированный рынок.

220. Если коэффициент концентрации трех компаний CR_3 меньше 45%, то:

- а) низкоконцентрированный рынок;
- б) умеренноконцентрированный рынок;
- в) высококонцентрированный рынок.

221. Капитал в форме интеллектуальных способностей и практических навыков экономического агента, полученных им в процессе образования и практической деятельности:

- а) физический (материально-вещественный) капитал;

- б) человеческий капитал;
 - в) финансовый капитал.
222. Запас производственных товаров, участвующих в процессе создания благ:
- а) физический (материально-вещественный) капитал;
 - б) человеческий капитал;
 - в) финансовый капитал.
223. Денежные средства, размещенные в финансовые инструменты для получения дохода:
- а) физический (материально-вещественный) капитал;
 - б) человеческий капитал;
 - в) финансовый капитал.
224. Материально-вещественные ценности, используемые в качестве средств труда, которые действуют в неизменной натуральной форме в течение длительного периода времени и утрачивают свою стоимость по частям:
- а) основной капитал;
 - б) оборотные фонды;
 - в) фонды обращения;
 - г) оборотный капитал.
225. Часть средств производства, которая участвует в нескольких производственных циклах, переносит свою стоимость на стоимость готовой продукции по частям по мере износа в виде амортизационных отчислений и частями возмещает свою стоимость после реализации продукции:
- а) непроизводственные основные фонды;
 - б) основные производственные фонды;
 - в) оборотные производственные фонды;
 - г) фонды обращения.
226. Объекты непроизводственного социального назначения, находящиеся на балансе предприятия, которые не участвуют в процессе производства:
- а) непроизводственные основные фонды;
 - б) основные производственные фонды;
 - в) оборотные производственные фонды;
 - г) фонды обращения.
227. Постепенная утрата основными фондами своей стоимости в силу снашивания, происходящего не только в процессе производства продукции, но и при их бездействии:
- а) моральный (экономический) износ;
 - б) физический (механический) износ;
 - в) социальный износ;
 - г) экологический износ.
228. Форма износа, которая предполагает, что основные фонды не отвечают требованиям по охране окружающей среды:
- а) моральный (экономический) износ;
 - б) физический (механический) износ;
 - в) социальный износ;
 - г) экологический износ.

229. Форма износа, которая предполагает, что основной капитал не отвечает социальным требованиям (например, монотонность работы, высокий уровень ручного труда, производственная вредность и т.п.):

- а) моральный (экономический) износ;
- б) физический (механический) износ;
- в) социальный износ;
- г) экологический износ.

230. Форма износа, которая не связана с потерей основными фондами их функциональных свойств, однако основные фонды становятся отсталыми по своим техническим характеристикам и экономической эффективности:

- а) моральный (экономический) износ;
- б) физический (механический) износ;
- в) социальный износ;
- г) экологический износ.

231. Форма износа, при которой основные фонды возмещаются путем ремонта:

- а) моральный износ первой формы;
- б) моральный износ второй формы;
- в) полный физический износ;
- г) частичный физический износ.

232. Форма износа, при которой действующие фонды ликвидируются и заменяются новыми:

- а) моральный износ первой формы;
- б) моральный износ второй формы;
- в) полный физический износ;
- г) частичный физический износ.

233. Форма износа, которая предполагает снижение стоимости основного капитала вследствие удешевления его производства:

- а) моральный износ первой формы;
- б) моральный износ второй формы;
- в) полный физический износ;
- г) частичный физический износ.

234. Форма износа, которая наступает в связи с появлением нового поколения техники, более совершенной и производительной:

- а) моральный износ первой формы;
- б) моральный износ второй формы;
- в) полный физический износ;
- г) частичный физический износ.

235. Процесс переноса стоимости основного капитала в течение срока его службы на производимую продукцию и аккумуляция ее в амортизационном фонде для полного восстановления основного капитала, выбывшего из производственного процесса:

- а) износ;
- б) амортизация;
- в) аккумуляция;
- г) восстановление.

236. Метод исчисления амортизации, при котором каждый год неизменная часть стоимости основного капитала равными долями переносится на продукцию:

- а) метод равномерной амортизации (линейный метод);

- б) метод ускоренной амортизации;
- в) метод снижающегося остатка.

237. Метод исчисления амортизации не по первоначальной, а по остаточной стоимости, что способствует ежегодному понижению размера амортизационных отчислений, переносимых на стоимость произведенной продукции:

- а) метод равномерной амортизации (линейный метод);
- б) метод ускоренной амортизации;
- в) метод снижающегося остатка.

238. Метод исчисления амортизации, при котором в первые несколько лет применяются повышенные нормы амортизации, позволяющие перенести на себестоимость продукции порядка 2/3 первоначальной стоимости основных фондов, что позволяет быстрее избавляться от морально устаревшей техники:

- а) метод равномерной амортизации (линейный метод);
- б) метод ускоренной амортизации;
- в) метод снижающегося остатка.

239. Часть средств производства, которая полностью потребляется в ходе одного производственного цикла, полностью переносит свою стоимость на стоимость готовой продукции и целиком возмещается после каждого производственного цикла:

- а) фонды обращения;
- б) оборотные производственные фонды;
- в) непроизводственные основные фонды;
- г) основные производственные фонды.

240. Часть капитала, которая представляет собой готовую продукцию на складах, товары в пути, денежные средства и средства в расчетах с потребителями продукции, не участвующая непосредственно в производственном процессе, но необходимая для обеспечения единства производства и обращения:

- а) фонды обращения;
- б) оборотные производственные фонды;
- в) непроизводственные основные фонды;
- г) основные производственные фонды.

241. Цена (доход), уплачиваемая (получаемый) за использование (предоставление) капитала:

- а) процент;
- б) рента;
- в) заработная плата;
- г) прибыль.

242. Ставка процента, устанавливаемая при получении кредита, т.е. в момент совершения сделки:

- а) номинальная ставка процента;
- б) реальная ставка процента;
- в) средняя ставка процента;
- г) рыночная ставка процента.

243. Ставка процента, которая определяется за длительный период времени:

- а) номинальная ставка процента;
- б) реальная ставка процента;
- в) средняя ставка процента;
- г) рыночная ставка процента.

244. Ставка процента, которая складывается ежедневно и подвержена частым колебаниям:
- а) номинальная ставка процента;
 - б) реальная ставка процента;
 - в) средняя ставка процента;
 - г) рыночная ставка процента.
245. Ставка процента, устанавливаемая в момент совершения сделки, но скорректированная на темп инфляции:
- а) номинальная ставка процента;
 - б) реальная ставка процента;
 - в) средняя ставка процента;
 - г) рыночная ставка процента.
246. Оценка будущих поступлений от капиталовложений в настоящий период времени с точки зрения их сегодняшней или альтернативной ценности:
- а) расчет эффективности;
 - б) оценка проекта;
 - в) инвестирование;
 - г) дисконтирование.
247. Формула расчета коэффициента дисконтирования:
- а) ; б) ; в) ; г) .
248. Инвестирование целесообразно, если:
- а) $IRR > i$;
 - б) $IRR < i$;
 - в) $IRR = i$;
 - г) $IRR = 0$.
249. Кривая спроса на капитал представляет собой кривую, отражающую:
- а) обратную зависимость между ставкой процента и величиной заемных средств;
 - б) прямую зависимость между ставкой процента и величиной заемных средств;
 - в) обратную зависимость между ставкой процента и величиной прибыли;
 - г) прямую зависимость между ставкой процента и величиной прибыли.
250. Кривая предложения капитала:
- а) имеет отрицательный угол наклона;
 - б) имеет положительный угол наклона;
 - в) абсолютно эластична;
 - г) абсолютно неэластична.
251. Влияние рыночных сделок как на экономических агентов, участвующих в транзакциях, так и на третьих лиц, не получившее отражение в ценах на блага:
- а) внутренние эффекты;
 - б) частные эффекты;
 - в) общественные эффекты;
 - г) внешние эффекты.
252. Установите соответствие между видами внешних эффектов и их определениями:
- а) положительные внешние эффекты; 1) транзакции, которые предполагают возникновение издержек для третьих лиц;

- б) отрицательные внешние эффекты. 2) трансакции, которые предполагают получение третьими лицами определенных выгод.

253. Рисунки художника, проживающего в многоквартирном доме, которые он сотворил на стенах лестничной площадки, способствующие росту полезности соседей от созерцания его творчества – пример направления внешнего эффекта:

- а) «производство-производство»;
- б) «производство-потребление»;
- в) «потребление-производство»;
- г) «потребление-потребление».

254. хозяйственная деятельность завода, который сбрасывает сточные воды в реку, тем самым негативно влияя на деятельность рыбного хозяйства – пример направления внешнего эффекта:

- а) «производство-производство»;
- б) «производство-потребление»;
- в) «потребление-производство»;
- г) «потребление-потребление».

255. Благоустройство, облагораживание дворовой территории жителями дома, способствующее уменьшению работы коммунальных служб – пример направления внешнего эффекта:

- а) «производство-производство»;
- б) «производство-потребление»;
- в) «потребление-производство»;
- г) «потребление-потребление».

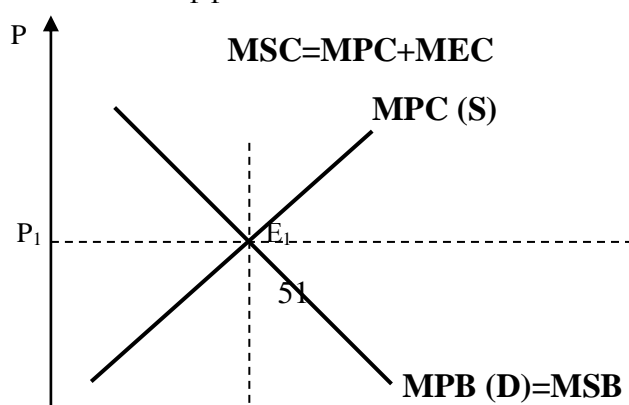
256. Деятельность ресторана, расположенного на первом этаже жилого дома, когда жители дома испытывают неудобства от шума, который возникает в результате работы кондиционеров, вытяжки, музыки в вечернее время – пример направления внешнего эффекта:

- а) «производство-производство»;
- б) «производство-потребление»;
- в) «потребление-производство»;
- г) «потребление-потребление».

257. Процесс, когда новые технологии, научные разработки развиваются достаточно быстро, поэтому инновации становятся частью технологических знаний:

- а) технологический перелив;
- б) НИОКР;
- в) научное открытие;
- г) инновационный процесс.

258. На рис. 12 представлен внешний эффект:



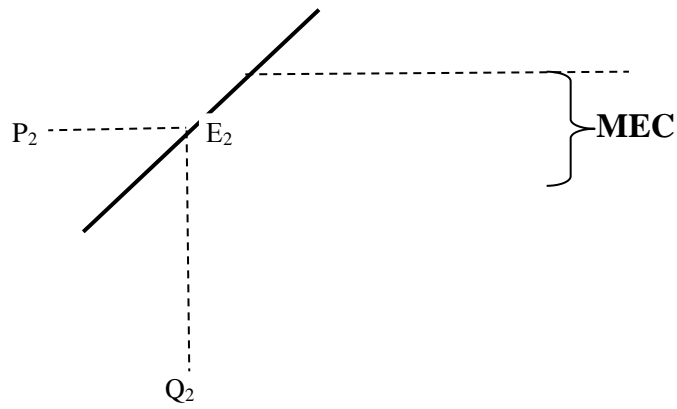


Рис. 12. Внешний эффект

- а) отрицательный внешний эффект в производстве;
- б) отрицательный внешний эффект в потреблении;
- в) положительный внешний эффект в производстве;
- г) положительный внешний эффект в потреблении.

259. На рис. 13 представлен внешний эффект:

- а) отрицательный внешний эффект в производстве;
- б) отрицательный внешний эффект в потреблении;
- в) положительный внешний эффект в производстве;
- г) положительный внешний эффект в потреблении.

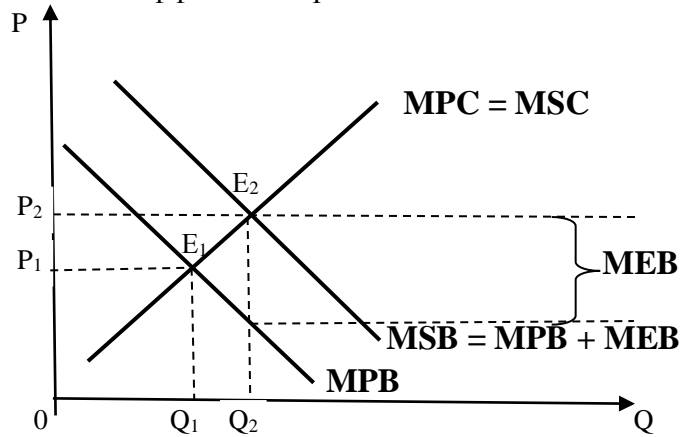
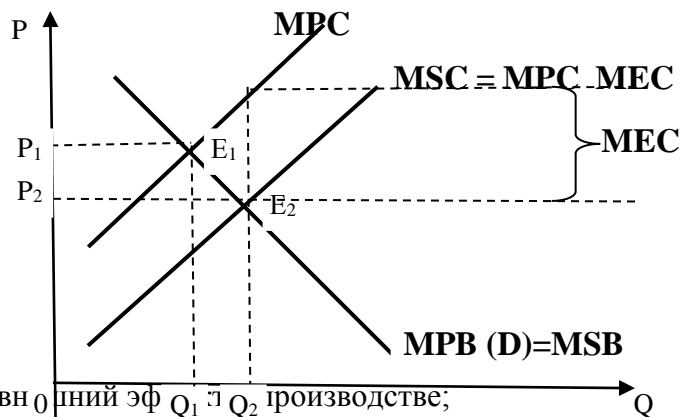


Рис. 13. Внешний эффект

260. На рис. 14 представлен внешний эффект:



- а) отрицательный внешний эффект в производстве;
- б) отрицательный внешний эффект в потреблении;
- в) положительный внешний эффект в производстве;
- г) положительный внешний эффект в потреблении.

261. На рис. 15 представлен внешний эффект:

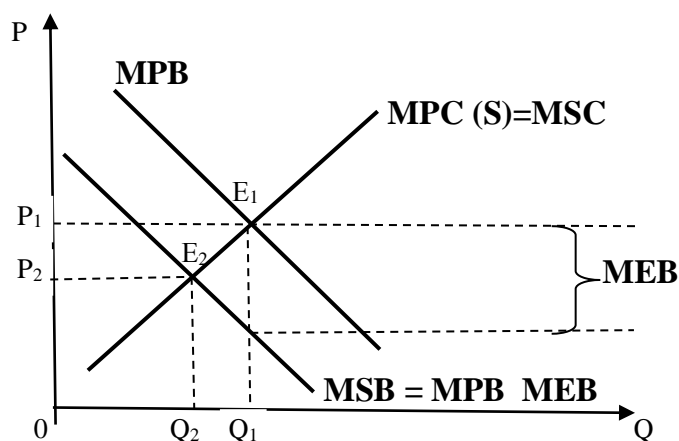


Рис. 15. Внешний эффект

- а) отрицательный внешний эффект в производстве;
 - б) отрицательный внешний эффект в потреблении;
 - в) положительный внешний эффект в производстве;
 - г) положительный внешний эффект в потреблении.
262. Процесс приближения предельных частных издержек (выгод) к предельным общественным издержкам (выгодам):
- а) интернационализация;
 - б) национализация;
 - в) интернализация;
 - г) трансформация.
263. Введение корректирующих налогов и субсидий предложено:
- а) А. Маршаллом;
 - б) Р. Коузом;
 - в) В. Парето;
 - г) А. Пигу.
264. Процесс налогообложения потребителей экономических благ с отрицательным внешним эффектом, что в целом способствует уменьшению предельных частных выгод (MPB) до уровня предельных общественных выгод (MSB):
- а) корректирующий налог в производстве;
 - б) корректирующий налог в потреблении;
 - в) корректирующая субсидия в производстве;
 - г) корректирующая субсидия в потреблении.
265. Процесс субсидирования потребителей экономических благ с положительным внешним эффектом, что в целом позволяет приблизить предельные частные выгоды (MPB) к предельным общественным выгодам (MSB):
- а) корректирующий налог в производстве;
 - б) корректирующий налог в потреблении;
 - в) корректирующая субсидия в производстве;
 - г) корректирующая субсидия в потреблении.
266. Процесс налогообложения производителей экономических благ с отрицательным внешним эффектом, что в целом способствует росту предельных частных издержек (MPC) до уровня предельных общественных издержек (MSC):
- а) корректирующий налог в производстве;
 - б) корректирующий налог в потреблении;
 - в) корректирующая субсидия в производстве;

г) корректирующая субсидия в потреблении.

267. Процесс субсидирования производителей экономических благ с положительным внешним эффектом, что в целом позволяет приблизить предельные частные издержки (MPC) к предельным общественным издержкам (MSC):

- а) корректирующий налог в производстве;
- б) корректирующий налог в потреблении;
- в) корректирующая субсидия в производстве;
- г) корректирующая субсидия в потреблении.

268. Теорема, в соответствии с которой, если транзакционные издержки равны нулю, права собственности четко определены, то размещение ресурсов будет оставаться эффективным и неизменным независимо от изменений в распределении:

- а) теорема Парето;
- б) проблема безбилетника;
- в) теория Пигу;
- г) теорема Коуза.

269. Установите соответствие между видами благ и их определениями:

- | | |
|------------------------------|--|
| а) чисто частное благо; | 1) благо, которое потребляется большим количеством экономических агентов вне зависимости платят они за него или нет; |
| б) чисто общественное благо. | 2) благо, которое потребляется экономическим агентом после покупки его за отдельную плату. |

270. Свойство блага, в соответствии с которым потребление данного блага одним экономическим субъектом делает невозможным потребление этого товара другими агентами:

- а) свойство избирательности;
- б) свойство неконкурентности;
- в) свойство неизбирательности;
- г) свойство неисключаемости.

271. Свойство блага, в соответствии с которым невозможно осуществить потребление данного блага при отсутствии оплаты за товар:

- а) свойство исключаемости;
- б) свойство конкурентности;
- в) свойство неизбирательности;
- г) свойство неисключаемости.

272. Свойство блага, в соответствии с которым потребление данного блага одним экономическим агентом не влечет за собой ограничение в потреблении рассматриваемого блага другими лицами:

- а) свойство избирательности;
- б) свойство конкурентности;
- в) свойство неизбирательности;
- г) свойство неисключаемости.

273. Свойство блага, в соответствии с которым невозможно осуществить ограничение в потреблении рассматриваемого блага даже в случае, если экономический агент за него не платит:

- а) свойство исключаемости;

- б) свойство конкурентности;
- в) свойство неизбирательности;
- г) свойство неисключаемости.

274. Блага, которым присуща высокая степень неисключаемости при низкой степени избирательности (например, поиск информации в сети Интернет):

- а) клубные общественные блага;
- б) перегружаемые общественные блага;
- в) коллективные (смешанные) общественные блага;
- г) коммунальные общественные блага.

275. Товары, находящиеся по своим характеристикам между чисто общественными и чисто частными благами, когда потребление неизбирательно только до определенного уровня потребления (например, автомобильная дорога):

- а) клубные общественные блага;
- б) перегружаемые общественные блага;
- в) коллективные (смешанные) общественные блага;
- г) коммунальные общественные блага.

276. Общественные блага, доступные только лицам, состоящим в определенных организациях-клубах; это неконкурентные блага, доступ к которым ограничен рядом условий – платой, правилами пользования, поведения и т.п. (например, концерт):

- а) клубные общественные блага;
- б) перегружаемые общественные блага;
- в) коллективные (смешанные) общественные блага;
- г) коммунальные общественные блага.

277. Общие ресурсы; данные блага характеризуются высоким уровнем избытка при низкой степени исключаемости, при этом ограничение к потреблению связано с высокими издержками (например, рыба в океане):

- а) клубные общественные блага;
- б) перегружаемые общественные блага;
- в) коллективные (смешанные) общественные блага;
- г) коммунальные общественные блага.

278. Кривая рыночного спроса чисто частного блага определяется путем суммирования кривых индивидуального спроса:

- а) по диагонали;
- б) по горизонтали;
- в) по вертикали;
- г) по вертикали и по горизонтали.

279. Кривая рыночного спроса чисто общественного блага определяется путем суммирования кривых индивидуального спроса:

- а) по диагонали;
- б) по горизонтали;
- в) по вертикали;
- г) по вертикали и по горизонтали.

280. Нежелание экономического агента платить за общественное благо, в силу возможности получения его бесплатно, исходя из свойства неисключаемости в потреблении:

- а) теория Маршалла;
- б) теория Пигу;

- в) теорема Коуза;
- г) проблема безбилетника.

На оценку степени сформированности знаниевой компоненты компетенции при рубежном контроле отводится не менее 25 вопросов теста. Число правильных ответов теста от 45 до 74% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 75 до 94 % - базовому уровню, от 95 до 100 % – повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

Критерии оценки (в баллах):

Процент правильных ответов	Оценка
95 - 100 %	Отлично
75 - 94 %	Хорошо
45 - 74%	Удовлетворительно
менее 44%	Неудовлетворительно

Примеры лабораторных заданий (задачи)

Задача 1. Студент располагает двумя вечерами для подготовки к тестированию по экономической теории и высшей математике. Имеются два варианта распределения оценок (по 100-балльной шкале), которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Варианты выбора	Баллы по экономической теории	Баллы по высшей математике
<i>A</i>	83	68
<i>B</i>	70	72

Найдите альтернативные издержки повышения оценки по высшей математике с 68 до 72 баллов, выраженные в баллах по экономической теории.

Решение. Издержки одного блага, выраженные в другом благе, которым пришлось пренебречь, называются альтернативными. Соответственно, выбирая максимальную оценку по высшей математике и отказываясь от подготовки к экономической теории, альтернативные издержки студента будут равны упущенным баллам по экономической теории: $83 - 70 = 13$.

Ответ: 13.

Задача 2. Дана кривая производственных возможностей (КПВ) (рис. 1). Что произойдет с КПВ, если:

- а) в отрасли, производящей товар *y*, НТП позволит увеличить количество продуктов *y* до 60 ед.;
- б) в отрасли, производящей товар *x*, вовлечение дополнительных ресурсов позволит увеличить количество *x* до 30 ед.;
- в) эти процессы произойдут в обеих отраслях?

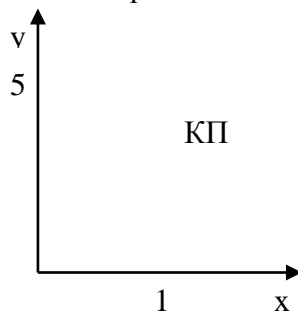


Рис. 1. Кривая производственных возможностей

Решение. Производственные возможности – возможности общества по производству экономических благ при полном и эффективном использовании всех имеющихся ресурсов при данном уровне развития технологии.

а) В данном случае в отрасли происходит одностороннее увеличение эффективности технологии производства благ y . Поэтому сдвиг кривой будет носить ассиметричный характер, и новая КПВ будет выглядеть, как это показано на рис. 2.

б) Аналогично ситуации рассмотренной в пункте а). Сдвиг кривой также будет носить ассиметричный характер. Точка пересечения КПВ с осью абсцисс сместится вправо до отметки 30 ед.

в) Если указанные процессы происходят одновременно, то кривая КПВ смещается симметрично.

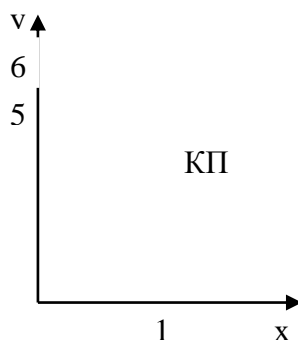


Рис. 2. Смещение кривой производственных возможностей в результате НТП

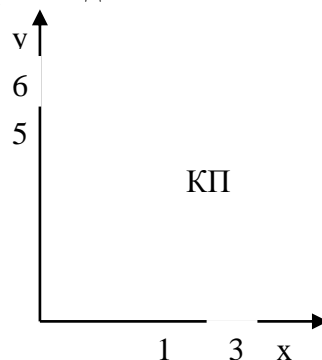


Рис. 3. Смещение кривой производственных возможностей в результате НТП и введения новых ресурсов в экономике

Задача 3. Функция спроса $Q_D = 40 - 7P$, функция предложения $Q_S = -6 + 16P$.

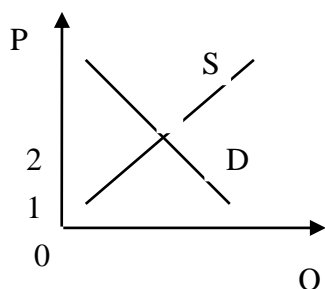
1. Определить равновесную цену (P_E) и равновесный объем продаж (Q_E);
2. Какая ситуация образуется на рынке, если рыночная цена снизится до 1 ден. ед.?

Решение. 1. Равновесная цена – это цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил. Равновесие на представленном графике обозначается точкой E , в которой выполняется равенство $Q_D = Q_S$. приравняем правые части уравнений спроса и предложения: $40 - 7P = -6 + 16P$. Тогда $P_E = 2$.

Полученное равновесное значение цены подставим в любое из уравнений спроса и ли предложения: $Q_E = 40 - 7 \cdot 2 = 26$.

2. В случае если цена установится на уровне 1 ден. ед., то есть ниже равновесной, на рынке возникнет дефицит данного товара, поскольку $Q_D > Q_S$, $Q_D = 40 - 7 \cdot 1 = 34$, $Q_S = -6 + 16 \cdot 1 = 10$.

Ответ. 1. $P_E = 2$, $Q_E = 40 - 7 \cdot 2 = 26$. 2. На рынке возникнет



О дефицит

Задача 4. В результате повышения цены товара с 5 до 6 руб. объем спроса сократился с 9 до 7 млн. шт. в год. Общий уровень цен не изменился. Определите коэффициент эластичности спроса по цене (точечным методом).

Решение. Эластичность спроса по цене показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на один процент. Точечным способом эластичность спроса относительно цены рассчитывается по формуле: $E_D = ((Q_2 - Q_1) : Q_1) / (P_2 - P_1) : P_1$.

По условию задачи $Q_1 = 9$, $Q_2 = 7$, $P_1 = 5$, $P_2 = 6$. Тогда $E_D = 1,1$, так как $E_D > 1$, то в данном случае спрос является эластичным по цене.

Ответ. $E_D = 1,1$.

Задача 5. Доход потребителя возрос с 2 до 4 тыс. руб. в год. Спрос на маргарин упал с 3 до 1 кг в год. Спрос на масло возрос с 6 до 8 кг в год. Определить эластичность спроса по доходу и характер товаров.

Решение. Эластичность спроса по доходу показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения дохода потребителя на один процент. Эластичность спроса относительно дохода рассчитывается по формуле: $E_D = (Q_2 - Q_1) : Q_1 / (I_2 - I_1) : I_1$.

Подставим данные задачи в формулу для расчета показателя: $E_D = (8 - 6) : 6 / (4 - 2) : 2 = 0,3$. Так как $0 < E_D < 1$, то маргарин является благом первой необходимости, доход растет быстрее, чем спрос на маргарин.

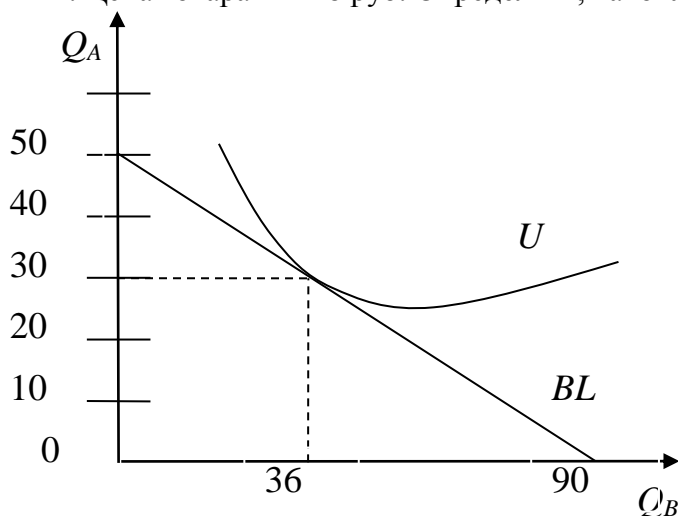
Ответ. $E_D = 0,3$.

Задача 6. Цена товара A составляет 3 руб., цена товара B – 1,5 руб. Потребитель желает максимизировать удовлетворение от покупки товаров A и B . При этом он оценивает предельную полезность товара B в 60 единиц (ютил). Как потребитель оценит предельную полезность товара A .

Решение. Согласно, количественной теории полезности функция полезности рационального потребителя максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждая последняя денежная единица, затраченная на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность, то есть $MU_A / P_A = MU_B / P_B$, тогда $MU_A = MU_B * P_A / P_B = 60 * 3 / 1,5 = 120$.

Ответ. $MU_A = 120$.

Задача 7. На графике показана кривая безразличия потребителя и его бюджетная линия. Цена товара A – 18 руб. Определить, какова цена товара B .



Решение. Бюджетная линия – множество точек, каждая из которых соответствует набору из двух благ, который потребитель может купить на данный доход при данных ценах, характеризует совокупность допустимых вариантов выбора товаров потребителем, при условии полного расходования им имеющегося дохода. Уравнение бюджетного ограничения выглядит следующим образом: $I = P_A * A + P_B * B$.

В точке пересечения линии бюджетного ограничения с вертикальной осью, потребитель отказывается от потребления блага B , расходуя весь свой доход на покупку 50 единиц блага A , тогда в этой точке $I = P_A * A = 18 * 50 = 900$. Аналогично, в точке пересечения

линии бюджетного ограничения с горизонтальной осью, потребитель весь свой доход расходует на покупку 90 единиц блага В, тогда в этой точке $I = P_B * V$, тогда $900 = P_B * 90$, $P_B = 10$.

Ответ. $P_B = 10$.

Задача 8. Заполнить табл.

Переменный ресурс R	TP	AP	MP
1	30		
2	70		
3	100		
4	120		
5	130		

Решение. Совокупный продукт (TP) – это количество экономического блага, произведенное с использованием некоторого количества переменного фактора R .

Средний продукт (AP) – объем выпускаемого товара, приходящийся на единицу используемого фактора R : $AP = TP/R$.

Предельный продукт (MP) – прирост совокупного продукта, полученный в результате бесконечно малого приращения количества используемого переменного фактора R : $MP = \Delta TP / \Delta R$.

Используя данные определения, заполним таблицу

Переменный ресурс R	TP	AP	MP
1	30	$30/1=30$	$30/1=30$
2	70	$70/2=35$	$(70-30)/1=40$
3	100	$100/3=33,3$	$(100-70)/1=30$
4	120	$120/4=40$	$(120-100)/1=20$
5	130	$130/5=26$	$(130-120)/1=10$

Задача 9. Заполнить табл. $P=60$

Q	TC	TR	MR
0	40		
1	90		
2	120		
3	145		
4	205		
5	300		
6	410		

Решение. Валовой доход (TR) — денежные средства, полученные от продажи данного продукта (или нескольких продуктов): $TR = Q * P$.

Средний доход (AR) — доход, получаемый от продажи единицы продукта: $AR = TR/Q$;

Предельный доход (MR) — дополнительный доход, полученный в результате роста объема продаж товара на единицу. Предельный доход определяется как отношение прироста валового дохода к приросту объема продаж: $MR = \Delta TR / \Delta Q$.

Используя данные определения, заполним таблицу

Q	TC	TR	MR
0	40	$0*60=0$	-
1	90	$1*60=60$	$(60-0)/1=60$
2	120	$2*60=120$	$(120-60)/1=60$
3	145	$3*60=180$	$(180-120)/1=60$

4	205	4*60=240	(240-180)/1=60
5	300	5*60=300	(300-240)/1=60
6	410	6*60=360	(360-300)/1=60

Показатели предельного дохода MR можно было рассчитать иначе, доказав, что $MR = \Delta TR / \Delta Q = (TR_1 - TR_2) / (Q_1 - Q_2) = (P \cdot Q_1 - P \cdot Q_2) / (Q_1 - Q_2) = P \cdot (Q_1 - Q_2) / (Q_1 - Q_2) = P$.

Задача 10. Функция издержек фирмы-монополиста: $TC = 0,5Q^2 + 2Q$. Функция спроса на продукцию фирмы: $P = 10 - 0,5Q$. Определите цену, при которой прибыль фирмы максимальна.

Решение. Задача решается исходя из условий максимизации прибыли для фирмы-монополиста: $MC = MR$. $MC = TC'$. $MC = (0,5Q^2 + 2Q)' = Q + 2$.
 $MR = TR'$, $TR = P \cdot Q = (10 - 0,5Q) \cdot Q = 10Q - 0,5Q^2$. Тогда $MR = (10Q - 0,5Q^2)' = 10 - Q$.
 Так как $MC = MR$, то $Q + 2 = 10 - Q$, тогда $Q = 4$. Из условия задачи $P = 10 - 0,5Q$, тогда $P = 10 - 0,5 \cdot 4 = 8$.

Ответ. $P = 8$.

Задача 11. Функция средних общих затрат фирмы – монополистического конкурента на своем рынке: $ATC = 3Q - 2$. Рыночный спрос на продукцию фирмы: $Q = 52 - 2P$. После проведения рекламной кампании, затраты на которую составили $C_{\text{рекл}} = 0,5Q^2 + 6Q$, спрос увеличился и составил $Q = 104 - 2P$. Определите прибыль фирмы до и после проведения рекламной кампании и сделайте выводы о ее эффективности.

Решение. Исходя из условия равновесия фирмы $MR = MC$, найдем прибыль фирмы до рекламной кампании.

$MC = TC'$, в свою очередь $ATC = TC/Q$, тогда $TC = ATC \cdot Q = 3Q^2 - 2Q$. $MC = (3Q^2 - 2Q)' = 6Q - 2$.

$MR = TR'$, $TR = P \cdot Q$. Из условия задачи $Q = 52 - 2P$, тогда $P = 26 - 0,5Q$. $MR = (26Q - 0,5Q^2)' = 26 - Q$.

Так как $MC = MR$, то $6Q - 2 = 26 - Q$. Следовательно $Q = 4$, $P = 26 - 0,5 \cdot 4 = 24$.

Прибыль определяется как разность между совокупной выручкой и совокупными издержками: $\pi = TR - TC = (P \cdot Q) - (3Q^2 - 2Q) = (24 \cdot 4) - (3 \cdot 4^2 - 2 \cdot 4) = 56$.

После рекламной кампании обратная функция остаточного спроса стала $P = 52 - 0,5Q$, но и общие издержки возросли на величину рекламных расходов $TC_{\text{рекл}} = C_{\text{рекл}} + TC = 3,5Q^2 + 4Q$. Тогда MC после проведения рекламной акции $MC_{\text{рекл}} = (3,5Q^2 + 4Q)' = 7Q + 4$.

$MR = TR'$, $TR = P \cdot Q$. Тогда $MR_{\text{рекл}} = 52 - Q$.

Так как $MC_{\text{рекл}} = MR_{\text{рекл}}$, то $7Q + 4 = 52 - Q$, $Q_{\text{рекл}} = 6$, $P_{\text{рекл}} = 49$.

$\pi = TR - TC = 144$.

Можем сделать вывод об усилении монопольной власти данной фирмы.

Задача 12. На олигополистическом рынке действует фирма-лидер, которая имеет функцию затрат $TC = Q^2 + 3Q$. Функция рыночного спроса: $P = 90 - Q$. Остальные фирмы могут поставить по цене лидера количество продукции 45. Определите выпуск и цену лидера.

Решение. Условие равновесия фирмы $MR = MC$.

$MC = TC' = (Q^2 + 3Q)' = 2Q + 3$

$S_{\text{ауд}} = 45$; остаточный спрос лидера выражается $Q_{\text{лн}} = 90 - 45 - P = 45 - P$.

Тогда $P = 45 - Q$. $MR = TR'$, $TR = P \cdot Q = (45 - Q) \cdot Q = 45Q - Q^2$. $MR = (45Q - Q^2)' = 45 - 2Q$.

Так как $MC = MR$, то $2Q + 3 = 45 - 2Q$; $Q_{\text{л}} = 10,5$; $P_{\text{л}} = 45 - 10,5 = 34,5$.

Критерии оценивания:

Критерии оценивания	Оценка
Лабораторная работа подготовлена к выполнению, обучаемый знает цель лабораторной работы; задания решены без ошибок с первого раза, правильно выбраны решения заданий; правильно выполнены расчёты и даны обоснования, обучающийся понимает, что они значат; полно даны ответы на контрольные вопросы; отчёт оформлен аккуратно, сделаны выводы.	отлично
Лабораторная работа подготовлена к выполнению, обучаемый знает цель лабораторной работы; задания решены с ошибками, потребовалась дополнительная помощь преподавателя, правильно выбраны методики решения заданий; расчёты выполнены с консультацией преподавателя; полно даны ответы на контрольные вопросы; отчёт оформлен аккуратно, сделаны выводы	хорошо
Лабораторная работа подготовлена к выполнению, обучаемый знает цель лабораторной работы; задания выполнены с ошибками, потребовалась дополнительная помощь преподавателя, правильно выбраны методики решения заданий; с ошибками выполнены расчёты, даже с консультацией преподавателя или обучающийся не может обосновать ответ; расчёты; даны ответы на контрольные вопросы	удовлетворительно
Лабораторная работа подготовлена к выполнению, обучаемый не знает цель лабораторной работы; задачи решены с ошибками, потребовалась дополнительная помощь преподавателя, неверно выбраны методы решения задач; не выполнены расчёты; не даны ответы на устные контрольные вопросы; отчёт оформлен небрежно, выводы не сделаны	неудовлетворительно

Итоговый контроль по дисциплине

Описание методики оценивания:

Перед проведением итогового контроля по дисциплине преподаватель подводит итоги по каждому обучающемуся.

Обучающийся допускается к прохождению итогового контроля по дисциплине при условии выполнения всех заданий, предусмотренных программой дисциплины. При этом положительно оценены должны быть оценены все рубежные контрольные работы и не менее 50% заданий текущего контроля.

Экзамен проводится в виде устного собеседования по учебному материалу дисциплины, оцениваемому по критериям для зачета. Результат сдачи экзамена фиксируется отметкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

Экзаменационный билет содержит 3 вопроса.

Примерные вопросы к экзамену

1. Понятие, предмет и методы управленческой экономики.
2. Проблема экономического выбора. Кривая производственных возможностей, ее

свойства. Альтернативные (вмененные) издержки. Закон возрастающих альтернативных издержек.

3. Понятие спроса. Функция спроса. Кривая спроса. Закон спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Неценовые факторы спроса.

4. Предложение: определение, функция предложения, кривая предложения, закон предложения, индивидуальное и рыночное предложение, неценовые факторы предложения.

5. Рыночное равновесие: определение, виды. Устойчивость равновесия. Выигрыши покупателей и продавцов. Зоны рыночной активности.

6. Эластичность спроса: понятие, виды (по цене, по доходу, перекрестная эластичность спроса), методы расчета коэффициента эластичности, факторы эластичности, влияние на выручку продавца.

7. Эластичность предложения: понятие, факторы эластичности, виды эластичности предложения по цене. Практическое применение теории эластичности.

8. Предпосылки и аксиомы теории потребительского поведения. Совокупная и предельная полезности. Закон убывающей предельной полезности. Формирование потребительского выбора и правило максимизации полезности в кардиналистской школе.

9. Теория ординализма: кривые безразличия и их свойства, бюджетная линия, оптимум потребителя, предельная норма замещения благ.

10. Кривая «доход-потребление». Кривые Энгеля. Кривая «цена-потребление».

11. Эффект дохода и эффект замещения и их влияние на структуру потребления. Парадокс Гиффена.

12. Производство. Понятие производственной функции. Производственная функция в краткосрочном периоде. Совокупный, средний и предельный продукт. Закон убывающей предельной производительности.

13. Производственная функция в долгосрочном периоде времени, ее виды. Изокванта и их свойства. Предельная норма технологического замещения. Изокоста. Оптимум производителя. Эффект масштаба. Путь развития фирмы.

14. Бухгалтерские и экономические издержки производства. Издержки производства в краткосрочном периоде времени.

15. Издержки производства в длительном периоде времени. «Оберточная» кривая. Эффект масштаба.

16. Доход фирмы: валовый, средний, предельный. Прибыль: понятие, виды, функции.

17. Характеристика рынка совершенной конкуренции. Условие максимизации прибыли конкурентной фирмы в краткосрочном периоде времени. Поведение конкурентной фирмы в долгосрочном периоде.

18. Метод «совокупный доход – совокупные издержки». Модель «средних и предельных показателей». Типы фирм в краткосрочном периоде времени (допредельная фирма со сверхприбылью, допредельная фирма с нормальной прибылью, фирма с операционной прибылью, предельная фирма, запредельная фирма).

19. Теории фирмы: традиционная, менеджеральная, теория роста фирмы, теория множественности целей, институциональная, поведенческая.

20. Понятие несовершенной конкуренции. Сравнительный анализ рыночных структур несовершенной конкуренции. Показатели монопольной власти.

21. Монополия: характерные черты, виды, определение цены и объема выпуска в условиях чистой монополии. Ценовая дискриминация, условия реализации ценовой дискриминации, ее виды.

22. Монополистическая конкуренция: характерные черты, определение цены и объема производства в условиях монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция.

23. Олигополия: характерные черты, виды. Модель явного сговора (картель). Модель тайного сговора. Модель отсутствия сговор.

24. Понятие инвестиций. Метод дисконтирования. Оценка эффективности инвестиционного проекта на основании сравнения внутренней нормы отдачи и ставки банковского процента. Риск и неопределенность.

25. Государственное регулирование рыночной экономики. Управление внешними эффектами рынка.

Образец экзаменационного билета

Башкирский государственный университет	Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
Институт экономики, финансов и бизнеса	Программа подготовки: Маркетинговое управление
Кафедра управления проектного менеджмента и бизнес-администрирования	Дисциплина «Международный маркетинг (бизнес исследования)»

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие спроса. Функция спроса. Кривая спроса. Закон спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Неценовые факторы спроса.
2. Олигополия: характерные черты, виды. Модель явного сговора (картель). Модель тайного сговора. Модель отсутствия сговора.
3. Практическое задание.

Зав. кафедрой



Е.И. Янгирова

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется, если магистрант свободно оперирует терминологическим аппаратом, свободно разбирается в разделах дисциплины, демонстрирует творческое отношение к предмету и знание учебной литературы.

Оценка «хорошо» выставляется, если магистрант хорошо владеет терминологическим аппаратом (допуская некоторые неточности), хорошо разбирается в темах и разделах дисциплины, проявляет трудолюбие в работе с учебной литературой.

Оценка «удовлетворительно» выставляется: при удовлетворительном оперировании основным терминологическим аппаратом дисциплины (допуская некоторые ошибки в ответе), при посредственном знании разделов и тем дисциплины, при слабом знании учебной литературы по дисциплине.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется: при отсутствии умения оперирования терминологическим аппаратом дисциплины, при отсутствии знаний по разделам и темам дисциплины, при отсутствии знаний учебной литературы по дисциплине.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Рыбина, З.В. Управленческая экономика : учебное пособие / З.В. Рыбина. - 2-е изд. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 443 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9641-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485247>.

2. Балдин, К.В. Управленческие решения : учебник / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. - 8-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 495 с. : табл., схем., граф. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02269-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452520>.

3. Гребенников, Петр Ильич. Экономика: учебник для академического бакалавриата / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич; ГУ – Высшая школа экономики; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2016. – 309 с. – (Бакалавр. Академический курс).

4. Сио, К.К. Управленческая экономика: Текст, задачи и краткие примеры: Пер. с англ.: Учебник для вузов. – 7-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 669 с.

5. Тарануха, Юрий Васильевич. Микроэкономика: учебник / Ю. В. Тарануха, Д. Н. Земляков. – 3-е изд., стер. – Москва: Кнорус, 2013. – 320 с. – (Бакалавриат).

6. Хасанова, В.Н. Управленческая экономика [Электронный ресурс]: практикум по организации лабораторных работ по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» / В.Н. Хасанова; Башкирский государственный университет. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2015. – Электрон. версия печ. публикации. – <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Khasanova_Upravlencheskaja_ekonomika_praktikum_po_laboratornym_2015.pdf>.

7. Хасанова, Венера Нурулловна. Управленческая экономика: практикум по направлению подготовки (уровень магистратуры) 38.04.02 «Менеджмент» / В. Н. Хасанова; Башкирский государственный университет. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2015. – 92 с.

Дополнительная литература:

1. [Керимов, В.Э. Бухгалтерский управленческий учет : учебник / В.Э. Керимов. - 10-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 399 с. : ил. - \(Учебные издания для бакалавров\). - Библиогр.: с. 392 - 394 - ISBN 978-5-394-02539-6 ; То же \[Электронный ресурс\]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496204>.](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496204)

2. [Рыбина, З.В. Управленческая экономика : учебное пособие / З.В. Рыбина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 481 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-4663-2 ; То же \[Электронный ресурс\]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278860>.](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278860)

3. Борисов, Евгений Филиппович. Экономика: учебник для бакалавров / Е. Ф. Борисов, А. А. Петров, Т. Е. Березкина; Московская государственная юридическая академия им. О. Е. Кутафина. – Москва: Проспект, 2013. – 272 с. – Электронные версии книг на сайте www.prospekt.org.

4. Микроэкономика: для студ. вузов, обуч. по спец. «Статистика», «Антикризисное управление», «Коммерция», «Маркетинг», и др. спец. / А.С. Бартенев [и др.]; под ред. А.С. Булатова. – Москва: Юрайт, 2014. – 439 с.

5. Насырова, С.И. Экономическая теория. Раздел: Микроэкономика: учеб. пособие для студ. экон. фак. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2012. – 283с.

6. Носова, Светлана Сергеевна. Экономическая теория для бакалавров: учеб. пособие / С.С. Носова, В.И. Новичкова. – 3-е изд., стереотип. – Москва: Кнорус, 2013. – 368 с.

7. Носова, Светлана Сергеевна. Экономическая теория. Дистанционное обучение: учеб. пособие / С.С. Носова. – Москва: Кнорус, 2013. – 254 с.

8. Розанова, Надежда Михайловна. Макроэкономика: учебник для магистров / Н.М. Розанова; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. – Москва: Юрайт, 2013. – 813 с.

9. Розанова, Надежда Михайловна. Микроэкономика. Практикум: учеб. пособие для бакалавров / Н.М. Розанова; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. – Москва: Юрайт, 2014. – 690 с.

13. Экономика: для бакалавров и специалистов: учебник / под ред. А.В. Лабудина. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 368 с.

14. Экономическая теория: учеб. пособие / под ред. В.М. Соколинского. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Кнорус, 2013. – 464 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
2.	Диалог директ-маркетинг в России	www.dialogdm.ru
3.	Административно-управленческий портал	www.aup.ru/books/i002.htm
4.	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	www.ecsocman.edu.ru
5.	Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации	www.economy.gov.ru
6.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru
7.	Министерство регионального развития Российской Федерации	www.minregion.ru
8.	«Российский журнал менеджмента»	www.rjm.ru
9.	Вестник Ассоциации менеджеров	www.vam.amr.ru
10.	Менеджмент в России и за рубежом	http://www.mevriz.ru
11.	Клуб менеджеров: профессиональное бизнес-сообщество топ-менеджеров и руководителей среднего звена	http://www.executive.ru
12.	Реинжиниринг бизнеса, бизнес-процессов, предприятий, организаций	http://www.reengine.ru
13.	Институт маркетинговых исследований	www.forum.gfk.ru
14.	Интернет-маркетинг	www.internet-marketing.ru
15.	Маркетинг в России и за рубежом	www.cfin.ru
16.	АртМаркетинг	www.bci-marketing.aha.ru
17.	Дайджест-маркетинг	www.bci-marketing.aha.ru
18.	Маркетинг и маркетинговые исследования в России	www.marketingandresearch.ru
19.	Маркетинг успеха	www.a88.narod.ru/mu2002.htm
20.	Маркетинговые коммуникации	www.grebennikov.ru
21.	Практика рыночных исследований	www.marketing.spb.ru
22.	Практический маркетинг	www.bci-marketing.aha.ru
23.	Управление продажами	www.salesmanagement.ru

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>

2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>

3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>

5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>

6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor & Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: №№ 107, 108, 110, 111, 114, 122, 204, 207, 208, 209, 210, 212, 213, 218, 220, 221, 222, 301, 305, 307, 308, 309, 311а, 311в, 312	Лекции	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры. 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные. 3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: №№ 107, 108, 110, 111, 114, 122, 204, 207, 208, 209, 210, 212, 213, 218, 220, 221, 222, 301, 305, 307, 308, 309, 311а, 311в, 312	Практические / семинарские занятия	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры. 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные. 3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной	Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры. 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные. 3. Система централизованного тестирования

аттестации: №№ 107, 108, 110, 111, 114, 122, 204, 207, 208, 209, 210, 212, 213, 218, 220, 221, 222, 301, 305, 307, 308, 309, 311а, 311в, 312		БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007
Помещения для самостоятельной работы: 302 читальный зал (гуманитарный корпус)	Самостоятельная работа	Учебная мебель, персональные компьютеры в комплекте HP, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок iRU.
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: №№ 115, 118	-	115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.) 118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Управленческая экономика»
на 1 семестр
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов)	4 / 144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	18
лекций	6
практических/ семинарских	8
лабораторных	4
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
из них, предусмотренные на выполнение курсовой работы / курсового проекта	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	115,8
из них, предусмотренные на выполнение курсовой работы / курсового проекта	
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	9

Форма(ы) контроля:
Экзамен – 1 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	8	9
Модуль 1. Ведение в управленческую экономику. Оценка потребителя							
1.	Тема 1. Предмет и метод управленческой экономики. Базовые понятия: Сущность, предмет и методология управленческой экономики. Методология управленческой экономики. Экономическая эффективность и кривая производственных возможностей. Альтернативные возможности.	1	1		11	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 1 модуля
2.	Тема 2. Рыночный механизм. Спрос. Предложение. Рыночное равновесие: Понятие рыночной системы, ее характерные особенности. Спрос, предложение. Эластичность спроса и предложения. Рыночное равновесие.	1	1	1	12	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 1 модуля
3.	Тема 3. Теория поведения потребителя: Кардиналистская концепция поведения потребителя: общая и предельная полезность блага. Ординалистский (порядковый) подход к полезности.		1	1	11	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 1 модуля
Модуль 2. Оценка производителя							
4.	Тема 4. Предпринимательство, фирма и ее внешняя среда: Сущность, функции, виды и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Внутренняя и внешняя среда фирмы. Фирма как сеть контрактов. Трансакционные издержки.	1	1		11	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 2 модуля
5.	Тема 5. Теория выбора производителя: Производство, производственная функция в краткосрочном и долгосрочном периодах. «Путь развития» и отдача от масштаба.	1	1		12	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты,	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и

						доклады, рефераты	проверка рефератов по темам 2 модуля
6.	Тема 6. Фирма как субъект рыночной экономики: издержки производства, доход, прибыль: Издержки фирмы в краткосрочном и долгосрочном временном интервале. Доход и прибыль фирмы.			1	12	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 2 модуля
Модуль 3. Рынки совершенной и несовершенной конкуренции и необходимость государственного регулирования.							
7.	Тема 7. Модель рынка совершенной конкуренции: Классификация рыночных структур. Характеристика рынка совершенной конкуренции. Особенности поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции на краткосрочном и долгосрочном временных интервалах.	1		1	11	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 3 модуля
8.	Тема 8. Рынок несовершенной конкуренции: Модели чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии. Антимонопольное регулирование. Показатели монопольной власти.	1	1		12	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 3 модуля
9.	Тема 9. Оценка эффективности инвестиций: Сущность капитала. Экономическая оценка инвестиционных решений. Риск и неопределенность.		1		11	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 3 модуля
10.	Тема 10. Государственное регулирование экономики. Внешние эффекты и общественные блага: Роль государства в рыночной экономике. Внешние эффекты (экстерналии). Общественные блага.		1		12,8	Подготовка к групповому опросу по теме семинарского занятия, конспекты, доклады, рефераты	Устный опрос, дискуссия и ответы на вопросы по докладам; обобщение теоретических знаний и проверка рефератов по темам 3 модуля
	Всего часов:	6	8	4	115,8		

