

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 27.09.2022 09:37:29

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой

экономики, управления и аудита

(наименование кафедры полностью)



Е.А. Бессонова

(подпись)

« 8 » 12 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости

и промежуточной аттестации обучающихся

по дисциплине

Теория отраслевых рынков

(наименование дисциплины)

38.03.01 Экономика,

направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций

(код и наименование ОПОП ВО)

Курск – 2021

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА

Тема 1. Структура и основные направления развития промышленности России.

1. Промышленность как ведущая отрасль экономики
2. Промышленный потенциал России
3. Понятие отрасли.
4. Признаки, определяющие границы отрасли.
5. Формирование новых отраслей
6. Этапы жизненного цикла отрасли
7. Сущность отраслевой структуры промышленности
8. Принципы классификации отраслей промышленности

Тема 2 Экономика размещения отраслей промышленности.

1. Принципы рационального размещения промышленности
2. Факторы размещения отраслей промышленности
3. Природно-экономические факторы размещения отраслей промышленности
4. Технично-экономические факторы размещения отраслей промышленности
5. Факторы размещения отраслей промышленности: экономико-политические факторы и транспорт
6. Обоснование экономической эффективности размещения производства

Тема 3 Источники и причины рыночной власти. Измерение рыночной власти.

1. Понятие конкуренции, предмет, субъекты, объекты, средство конкуренции
2. Уровни конкурентных отношений
3. Конкурентоспособность отрасли
4. Модель анализа конкуренции М. Портера
5. Оценка конкурентоспособности отрасли

Тема 4 Регулирование производственного потенциала отраслевых производств.

1. Содержание производственного потенциала отрасли
2. Структура производственного потенциала отрасли
3. Фондовый потенциал отрасли
4. Трудовой потенциал отрасли и его воспроизводство
5. Инновационный потенциал отрасли
6. Ресурсная форма оценки производственного потенциала
7. Результативная форма оценки производственного потенциала
8. Регулирование производственного потенциала отрасли
9. Модель Тимера при исследовании производственного потенциала отрасли

Тема 5 Концентрация производства и размеры предприятий в промышленности

1. Понятие, формы и показатели концентрации производства
2. Экономическая эффективность концентрации производства в промышленности
3. Преимущества крупных предприятий
4. Недостатки крупных предприятий
5. Определение оптимальных размеров производств (сам)

Тема 6 Специализация и кооперирование в промышленности.

1. Особенности специализации производства
2. Экономическая эффективность специализации
3. Понятие, формы и показатели кооперирования

4. Стандартизация, унификация и типизация
5. Определение экономической эффективности кооперирования

Тема 7 Комбинирование в промышленности.

1. Сущность, формы и показатели уровня комбинирования производства
2. Особенности комбинирования в различных отраслях промышленности
3. Экономическая эффективность комбинирования

Тема 8 Регулирование отраслевых рынков.

1. Сущность и задачи государственной отраслевой политики
2. Структура отраслевой политики государства
3. Типы отраслевой политики государства
4. Пассивная защитная отраслевая политика
5. Пассивная наступательная отраслевая политика
6. Активная защитная отраслевая политика
7. Активная наступательная отраслевая политика
8. Понятие естественной монополии (сам.)
9. Регулирование деятельности естественных монополий
10. Основные направления антимонопольной политики

Тема 9 Изучение конкурентоспособности отрасли.

11. Понятие конкуренции, предмет, субъекты, объекты, средство конкуренции
12. Уровни конкурентных отношений
13. Конкурентоспособность отрасли
14. Модель анализа конкуренции М. Портера
15. Оценка конкурентоспособности отрасли

Шкала оценивания: 3балльная.

Критерии оценивания:

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое знание содержания вопроса; дает точные определения основных понятий; аргументированно и логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ актуальными примерами (типовыми и нестандартными), в том числе самостоятельно найденными; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он владеет содержанием вопроса, но допускает некоторые недочеты при ответе; допускает незначительные неточности при определении основных понятий; недостаточно аргументированно и (или) логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ типовыми примерами.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он освоил основные положения контролируемой темы, но недостаточно четко дает определение основных понятий и дефиниций; затрудняется при ответах на дополнительные вопросы; приводит недостаточное количество примеров для иллюстрирования своего ответа; нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием вопроса или допускает грубые ошибки; затрудняется дать основные определения; не может привести или приводит неправильные примеры; не отвечает на уточняющие и (или) дополнительные вопросы преподавателя или допускает при ответе на них грубые ошибки.

1.2 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

Тема 1. Структура и основные направления развития промышленности России.

1. Рыночная система хозяйствования и принципы ее функционирования.
2. Функции и структура рынка.
3. Государственное регулирование рынка (механизм, объекты, формы и методы).
4. Развитие производительных сил как фактор общественного разделения труда и формирования крупных отраслевых групп и отраслей.
5. Структурная перестройка экономики России на современном этапе.
6. Отраслевая структура экономики России.
7. Методы отраслевого экономического обоснования производства и отраслевая структура экономики России.
8. Промышленная политика России.
9. Промышленность, ее место в развитии экономики и структуре общественного производства.
10. Анализ общей отраслевой структуры промышленности.
11. Показатели оценки отраслевой структуры экономики.

Тема 2 Экономика размещения отраслей промышленности.

1. Размещение производительных сил России.
2. Экономическая эффективность - главный критерий размещения отраслей.
3. Система технико-экономических показателей размещения отрасли.
4. Характеристика территориальной структуры народного хозяйства России.
5. Отраслевые и межотраслевые комплексы: принципы их формирования.
6. Экономика размещения и размеров предприятия (принципы размещения, факторы, определяющие размер предприятия).

Тема 8 Регулирование отраслевых рынков.

1. Промышленная политика России.
2. Промышленность, ее место в развитии экономики и структуре общественного производства.
3. Концепция инвестиционной политики России.

Тема 9 Изучение конкурентоспособности отрасли.

1. Олигополистическое ценообразование (понятие; виды; ценообразование, ограничивающее вход в отрасль).
2. Ценовая дискриминация (понятие, виды, последствия).

Шкала оценивания: 10 балльная.

Критерии оценивания:

10 баллов (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; структура реферата логична; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; самостоятельно подобран яркий иллюстративный материал; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению реферата.

7 баллов (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; структура реферата логична; изучено достаточное количество источников, имеются ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении реферата.

5 баллов (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если тема

реферата раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; структура реферата логична; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению реферата.

2 балла (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если содержание реферата имеет явные признаки плагиата и (или) тема реферата не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление реферата не соответствует требованиям.

1.3 ТЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

Индивидуальное задание выдается каждому студенту и является обязательным для выполнения в течение семестра. В процессе выполнения работы, студент докладывает промежуточные результаты работы на практических занятиях по дисциплине.

В рамках индивидуального задания необходимо дать характеристику современного состояния выбранной отрасли по приведенному плану:

1. Общая характеристика, структура и значение _____ отрасли (определить основные компании, их доли на рынке, динамику их изменения).
2. Отраслевая дифференциация _____.
3. Особенности размещения предприятий отрасли.
4. Государственное регулирование _____ отрасли.
5. Кадровое обеспечение отрасли: состояние, проблемы и перспективы.
6. Ценообразование в отрасли.
7. Проблемы и перспективы развития _____ отрасли.
8. Цифровизация отрасли: состояние и перспективы.
9. _____ отрасль в Курской области.
10. Влияние пандемии Covid-19 на развитие отрасли.

Требования к оформлению и объему

Текстовый документ должен быть напечатан на листах белой писчей бумаги формата А4 (210x297 мм) с одной стороны листа.

Цвет текста – черный.

Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14.

Абзацный отступ – 1,25 см.

Междустрочный интервал – 1,5.

Размеры полей:

левое – 30 мм, верхнее, нижнее – 20 мм;

правое – 15 мм.

При печати текстового документа следует использовать двухстороннее выравнивание (по ширине).

Интервалы перед и после абзаца – 0 п.т.

Структура: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованных источников. Объем – не менее 25 стр. ПРЕЗЕНТАЦИЯ обязательна.

Темы заданий

1. Нефтяная промышленность
2. Газовая промышленность
3. Угольная промышленность
4. Атомная энергетика

5. Электроэнергетика
6. Пищевая промышленность
7. Чёрная металлургия
8. Добыча железной руды
9. Цветная металлургия
10. Станкостроение
11. Электротехническая промышленность
12. Оборонно-промышленный комплекс
13. Судостроение
14. Автомобильная промышленность
15. Авиакосмическая промышленность
16. Сельскохозяйственное машиностроение
17. Железнодорожное машиностроение
18. Двигателестроение
19. Микроэлектроника
20. Оптико-механическая промышленность
21. Нефтеперерабатывающая промышленность
22. Химическая промышленность
23. Химико-фармацевтическая промышленность
24. Нанотехнологические производства
25. Лёгкая промышленность
26. Лесопромышленный комплекс
27. Рыбная промышленность
28. Сельское хозяйство
29. Торговля
30. Транспорт
31. Телекоммуникации
32. Финансы и банковская система
33. Туризм

Шкала оценивания: 10 балльная.

Критерии оценивания:

10 баллов (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если задание выполнено точно и полно; задание выполнено полностью самостоятельно и демонстрирует сформированные у автора навыки исследовательской деятельности; безукоризненно выполнены требования к оформлению; представление результатов выполнения задания (презентация и доклад) осуществлено в яркой, интересной форме.

7 баллов (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если задание на в целом выполнено; задание выполнено с незначительным участием преподавателя (консультации) и демонстрирует владение автором большинством навыков, необходимых для осуществления исследовательской деятельности; имеются незначительные погрешности в содержании и (или) оформлении проекта; представление результатов выполнения задания (презентация и доклад) осуществлено в традиционной академической форме.

5 баллов (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задание выполнено неточно и (или) неполно; выполнение задания происходило при постоянном участии и помощи преподавателя; предложено наиболее простое, но допустимое решение; в проекте имеются недочеты и ошибки; очевидны недочеты в оформлении проекта; представление результатов выполнения задания осуществлено в устной форме (без презентации) или доклад не отражал основное содержание проекта (или презентация не отражала основные положения доклада).

2 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если

задание не выполнено или выполнено менее чем наполовину, при этом автор не обращался (или недостаточно обращался) к преподавателю за консультацией или помощью; допущены грубые ошибки; не соблюдаются требования к оформлению; представление результатов выполнения задания представляло собой неструктурированные рассуждения автора с отклонением от темы задания.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1 Вопросы в закрытой форме.

1.1 Какой период связан с борьбой государства и гражданского общества с монополистическими структурами?

- а. 90-х гг. 14 века;
- б. рубеж 19-20 вв.;
- в. 30-40 гг. 20 века;
- г. 70-х гг. 20 века;
- д. рубеж 18-19 века.

1.2 Многие вопросы, рассматриваемые в экономике отраслевых рынков, являются в то же время и предметом:

- а. микроэкономической теории;
- б. макроэкономической теории;
- в. экономики предприятия;
- г. менеджмента.

1.3 В настоящее время в теории фирмы можно выделить три основных направления

- а. классическая, неоклассическая и альтернативные концепции;
- б. модель Боумоля, модель Уильямсона и модель самоуправляемого предприятия;
- в. неоклассическая, контрактная, институциональная;
- г. неоклассическая, институциональная и стратегическая концепции.

1.4 Отрасль – это...

- а. совокупность предприятий, утвержденных законодательно;
- б. совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок;
- в. совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии.

1.5 Какой элемент рыночной структуры не является ключевым?

- а. барьеры входа и выхода;
- б. эффективность управления;
- в. дифференциация продукции;
- г. дифференциация покупателей и продавцов.

1.6 Что не изучает теория отраслевых рынков?

- а. закономерности формирования рыночной структуры;
- б. зависимость стратегического поведения фирмы;
- в. вероятность появления каких-либо событий;
- г. результаты деятельности фирм от особенностей рынков.

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

- а. локальные;
- б. финансовые;
- в. временные;
- г. продуктовые.

1.8 Рынки подразделяются на глобальные, региональные и местные по:

- а. стадиям зрелости;
- б. условиям выхода на рынок;
- в. степени организованности;
- г. степени локализации;
- д. наличию барьеров.

1.9 Показатель, который представляет собой статистический показатель, основанный на кривой Лоренца:

- а. индекс неравенства фирм;
- б. индекс Херфиндаля—Хиршмана;
- в. индекс концентрации фирм;
- г. индекс Джини.

1.10 Дайте наиболее полное определение рыночной концентрации:

- а. количество продавцов, работающих на определенном рынке;
- б. доля крупных предприятий в общем числе операторов, работающих на рынке;
- в. степень, в которой производство (покупка) определенного товара (работ, услуг) контролируется крупнейшими его производителями (покупателями);
- г. широта ассортимента товаров, представленных на рынке.

1.11 Уровень концентрации считается выше, если ...

- а. на рынке функционирует меньшее число фирм;
- б. на рынке функционирует большее число фирм;
- в. на рынке функционирует одинаковое число фирм;
- г. на рынке осуществляется антимонопольное регулирование.

1.12 Расположите рыночные структуры в зависимости от степени конкуренции (по возрастанию):

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

1.13 $CR_k = \sum S_i = \sum Q_i / Q$ – это формула:

- а. коэффициента концентрации;
- б. индекса Херфиндаля-Хиршмана;
- в. индекса концентрации;
- г. дисперсии рыночных долей;
- д. коэффициента Джини.

1.14 Коэффициент Бейна показывает:

- а. неравномерность распределения долей между участниками рынка;
- б. экономическую прибыль на денежную единицу собственного инвестированного капитала;
- в. степень конкурентности рынка и позволяет избежать трудностей, связанных с подсчетом нормы доходности;
- г. связывает рыночную стоимость фирмы (измеряемой рыночной ценой ее акций) с восстановительной стоимостью ее активов;
- д. бухгалтерскую прибыль на денежную единицу собственного инвестированного

капитала.

1.15 Линия абсолютного равенства на кривой Лоренца соответствует:

- а. монополичестической конкуренции;
- б. олигополии;
- в. совершенной конкуренции;
- г. нет правильного ответа.

1.16 Если $HHI < 1000$, то рынок оценивается как:

- а. неконцентрированный (слабоконцентрированный);
- б. умеренно концентрированный;
- в. высококонтрированный;
- г. немногочисленный.

1.17 Барьеры входа – это:

- а. следствие неэффективности Гарвардской парадигмы;
- б. предварительная выплата заказчиком определенной денежной суммы в счет предстоящих платежей за поставленные ему товары, выполняемые для него работы, услуги;
- в. это препятствия, которые должна преодолеть компания, осуществляя выход из определенного рынка;
- г. это препятствия, которые должна преодолеть компания, осуществляя вход на определенный рынок.

1.18 Барьеры выхода – это:

- а. это препятствия, которые должна преодолеть компания, осуществляя вход на определенный рынок;
- б. это препятствия, которые должна преодолеть компания, осуществляя выход из определенного рынка;
- в. объективный экономический закон, устанавливающий зависимость объемов спроса и предложения товаров на рынке от их цен;
- г. издержки, связанные со снижением доли отечественного бизнеса в товарообороте;
- д. предварительная выплата заказчиком определенной денежной суммы в счет предстоящих платежей за поставленные ему товары, выполняемые для него работы, услуги.

1.19 Нестратегические барьеры подразделяются на:

- а. социально-экономические и гражданские;
- б. гражданские и легальные;
- в. социально-экономические, правительственные, гражданские;
- г. социально-экономические, правительственные, гражданские, внешнеэкономические;
- д. социально-экономические и правительственные.

1.20 Барьер капитальных затрат является:

- а. социально-экономическим нестратегическим барьером;
- б. гражданским нестратегическим барьером;
- в. ценовым стратегическим барьером;
- г. неценовым стратегическим барьером;
- д. правительственным нестратегическим барьером.

1.21 Гражданские барьеры делятся на:

- а. государственные и административные;
- б. ценовые и неценовые;

- в. государственные и легальные;
- г. легальные и нелегальные;
- д. верно а) и б)

1.22 Правительственные нестратегические барьеры включают:

- а. квотирование;
- б. нормы экологического контроля;
- в. обязательную сертификацию;
- г. квотирование, нормы экологического контроля, обязательную сертификацию, затраты на лицензирование;
- д. квотирование, нормы экологического контроля, обязательную сертификацию, затраты на лицензирование, емкость рынка.

1.23 Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим:

- а. дифференциация продукта;
- б. эластичность и темпы роста спроса;
- в. применение запретительных цен;
- г. иностранная конкуренция.

1.24 К ценовым барьерам относится:

- а. дополнительное инвестирование;
- б. применение запретительных цен;
- в. дифференциация продукции;
- г. вертикальная интеграция;
- д. осуществление дополнительных инвестиций в оборудование.

1.25 Осуществление дополнительных инвестиций в оборудование является:

- а. правительственным стратегическим барьером;
- б. неценовым стратегическим барьером;
- в. гражданским нестратегическим барьером;
- г. ценовым стратегическим барьером;
- д. социально-экономическим стратегическим барьером.

1.26 Норма проникновения новых фирм на рынок определяется по формуле:

- а. M_v/M_{v+d} ;
- б. M_u/M_d ;
- в. M_v/M_d ;
- г. M_u/M_{v+d} ;
- д. Q_v/Q_{v+d} .

1.27 Какого показателя статистики входа/выходы фирм не существует?

- а. норма входа;
- б. норма проникновения;
- в. норма выхода;
- г. норма приспособления;
- д. норма выживания.

1.28 Для квазимонопольного рынка характерно:

- а. наличие доминирующих производителей;
- б. наличие низких барьеров входа;
- в. неограниченное количество фирм различного масштаба;
- г. наличие эффектов монопольных цен.

1.29 Может ли компания монополист контролировать рынок, лишенный барьеров входа и выхода?

- а. да;
- б. да, но только не более 1 года;
- в. нет;
- г. нет, так как антимонопольная служба будет затруднять деятельность монополии.

1.30 Согласно модели Чемберлина в длительном периоде фирмы монополистической конкуренции действуют подобно:

- а. олигополистам;
- б. монополистам;
- в. совершенным конкурентам;
- г. верно а) и в)
- д. зависит от деятельности ФАС.

1.31 Согласно модели Чемберлина, в краткосрочном периоде фирма максимизирует прибыль, выбирая объем продаж, при котором:

- а. предельная выручка превышает предельные издержки;
- б. предельная выручка меньше предельных издержек;
- в. предельная выручка не изменяется;
- г. предельная выручка равна предельным издержкам;
- д. предельная выручка выше цены.

1.32 Рыночная структура, при которой наиболее эффективно удовлетворяются потребности общества в разнообразии продукции:

- а. неоднородная олигополия;
- б. однородная олигополия;
- в. совершенная конкуренция;
- г. монополистическая конкуренция;
- д. монополия

1.33 Условие краткосрочного равновесия для монополистической конкуренции выглядит следующим образом:

- а. $P_{м.к.} > MC$, $P_{м.к.} > ATC$;
- б. $P_{м.к.} > MC$, $P_{м.к.} = -LATC$;
- в. $P_{м.к.} < MC$, $P_{м.к.} = -LATC$;
- г. $P_{м.к.} < MC$, $P_{м.к.} > ATC$;
- д. $P_{м.к.} < MC$, $P_{м.к.} < ATC$.

1.34 Модель Хотеллинга описывает поведение участников рынка, на которых влияют:

- а. 3 фактора;
- б. 2 фактора;
- в. 4 фактора;
- г. 1 фактор;
- д. 5 факторов.

1.35 В модели Хотеллинга предполагается следующее:

- а. потребители расположены равномерно вдоль единственной улицы в городе;
- б. каждый потребитель предъявляет спрос на одну единицу товара;
- в. две фирмы продают один и тот же товар;
- г. покупатель делает покупку у того продавца, ближе к которому он расположен;

д. все ответы верны.

1.36 Потребители, проживающие в «мертвой зоне», согласно модели Хоттелинга:

- а. увеличат потребление товара;
- б. откажутся от потребления товара;
- в. уменьшат потребление товара;
- г. не изменят потребление товара;
- д. выберут другой товар.

1.37 Вертикальная дифференциация - это:

- а. распределение продуктов на отраслевом рынке в соответствии с их качеством;
- б. распределение продуктов на отраслевом рынке в соответствии с их количеством;
- в. ситуация, когда конкурирую товары, практически одинаковые по потребительским свойствам;
- г. ситуация, когда конкурирую товары, отличающиеся по потребительским свойствам;
- д. ситуация, когда конкурирую товары, отличающиеся по размещению места продаж.

1.38 Целью коммерческой (экономической) рекламы является:

- а. поддержка незащищенных слоёв населения;
- б. популяризация общественных организаций и фондов;
- в. борьба за избирателей;
- г. потенциальный покупатель, предложив товар которому, можно получить взамен от него прибыль;
- д. верно а) и б)

1.39 Если реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, она является:

- а. недостоверной;
- б. недопустимой;
- в. недобросовестной;
- г. нераспространенной;
- д. неэффективной.

1.40 Скрытая реклама – это:

- а. заказной рекламный материал, опубликованный в виде статьи, интервью;
- б. сюжет в телевизионной программе, за который рекламодатель заплатил деньги;
- в. реклама, которая оказывает неосознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание;
- г. рекламный ролик, из которого непонятно, что рекламируется;
- д. г) и б)

1.41 Олигополия - это рыночная структура, где оперирует:

- а. большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт;
- б. большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;
- в. небольшое количество конкурирующих фирм;
- г. только одна крупная фирма;
- д. верно в) и г)

1.42 Равновесие Нэша – это ситуация:

- а. при которой ни один из игроков не может увеличить свой выигрыш, в одностороннем

- порядке меняя свое решение;
- б. при которой один из игроков может увеличить свой выигрыш, в одностороннем порядке меняя свое решение;
 - в. при которой один из игроков не может увеличить свой выигрыш, в одностороннем порядке меняя свое решение;
 - г. в которой один из игроков не может извлечь выгоду от каких-либо изменений в своих стратегиях при изменении последних;
 - д. нет верного ответа.

1.43 К легальным действиям кооперативного поведения фирм относятся:

- а. игра по правилам и картели;
- б. «издержки плюс» и ценовая война;
- в. игра по правилам и ценовая война;
- г. игра по правилам, в т.ч. «издержки плюс»;
- д. картели и «издержки плюс».

1.44 Монопольные соглашения о квотах выпускаемой продукции и разделе рынков сбыта – это:

- а. трест;
- б. картель;
- в. синдикат;
- г. концерн;
- д. конгломерат.

1.45 Некооперативное взаимодействие фирм предполагает:

- а. самостоятельную политику без учета ответных действий конкурентов;
- б. предварительный сговор о совместных действиях;
- в. самостоятельную политику с учетом ответных действий конкурентов;
- г. верно а) и б)
- д. верно б) и в)

1.46 Основные формы стратегического поведения фирм:

- а. легальное и нелегальное взаимодействие;
- б. «издержки плюс» и игра по правилам;
- в. кооперативное и некооперативное взаимодействие;
- г. ценовая война и игра по правилам;
- д. верно а) и б)

1.47 «Ломаная» кривая спроса олигополии обязательно предполагает:

- а. разрыв в кривой предельного дохода;
- б. разрыв в кривой предельных издержек;
- в. цена товара не должна быть выше предельного дохода;
- г. поведение фирмы не оптимально;
- д. тайное соглашение с фирмами-конкурентами для поддержания согласованной цены.

1.48 Симметричная дуополия характерна для модели:

- а. модели Форхаймера;
- б. модели Курно;
- в. модели Штакельберга;
- г. модели Суизи.

1.49 Предпосылки модель Штакельберга:

- а. однородный товар;

- б. фирмы устанавливают количество произведенной продукции и существует фирма-лидер;
- в. цена на продукцию устанавливается исходя из спроса;
- г. все ответы верны;
- д. верны все ответы, за исключением в)

1.50 Парадоксальным выводом модели Бертрана является то, что в условиях олигополии:

- а. фирмы будут назначать цену, равную предельным издержкам;
- б. фирмы будут назначать цену, превышающую предельные издержки;
- в. фирмы будут назначать цену меньше предельных издержек;
- г. фирмы не будут конкурировать между собой.

1.51 Объединение компаний разных отраслей, связанных технологическим процессом производства готового продукта принято обозначать как:

- а. горизонтальное слияние;
- б. вертикальная интеграция;
- в. формирование цепочки накопления стоимости;
- г. конгломеративное слияние;
- д. конгломератное слияние.

1.52 Конгломератное слияние – это:

- а. слияние предприятий, входящих в состав одной отрасли;
- б. слияние при условии, что предприятие приобретает предприятие-поставщика или предприятие покупателя;
- в. слияние предприятий разных отраслей, когда между двумя сливающимися предприятиями нет ни горизонтальной, ни вертикальной связи;
- г. слияние при условии, что предприятие приобретает предприятие-поставщика;
- д. слияние диверсифицированных предприятий.

1.53 Поглощение и слияние это операции на рынке...

- а. капитала;
- б. труда;
- в. фирм;
- г. информации.

1.54 Основой монопольных явлений на рынке является

- а. высокие барьеры входа на рынок
- б. ограниченное количество производителей
- в. ограниченное количество покупателей
- г. НТП

1.55 Монополия возникающая на основе сговора или подавления конкурентов – это...

- а. естественная (техническая) монополия;
- б. научно-техническая монополия;
- в. экономическая (искусственная) монополия;
- г. случайная монополия.

1.56 Основными функциями Федеральной антимонопольной службы являются:

- а. контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, надзор и контроль за соблюдением законодательства о естественных монополиях, контроль в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд;

- б. надзор и контроль за соблюдением законодательства о рекламе;
- в. контроль в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для нужд субъектов Российской Федерации и муниципальных нужд;
- г. контроль над осуществлением иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства;
- д. все ответы верны;
- е. верны все ответы, кроме г)

1.57 Какая монополия возникает вследствие объективных причин и отражает ситуацию, когда спрос на данный товар в лучшей степени удовлетворяется одной фирмой:

- а. административная;
- б. естественная;
- в. экономическая;
- г. все ответы не верны;
- д. конгломерат.

1.58 Отметьте особенности естественных монополий:

- а. весь спрос может быть удовлетворен единственным производителем с наибольшими издержками;
- б. весь спрос может быть удовлетворен единственным производителем с наименьшими издержками;
- в. постоянно снижающиеся долгосрочные средние издержки и постоянные или снижающиеся предельные издержки;
- г. верно б) и в)
- д. верно а) и в)

1.59 В какой из нижеперечисленных сфер наличие государственной собственности наиболее вероятно?

- а. отрасли естественной монополии;
- б. сельское хозяйство;
- в. мебельная промышленность;
- г. станкостроение;
- д. нет верного ответа.

1.60 В чем недостаток метода возмещения всех «обоснованных» затрат естественной монополии?

- а. приводит к росту нормы прибыли;
- б. приводит к завышению издержек;
- в. приводит к стагнации и застою производства;
- г. приводит к появлению на рынке новых фирм и увеличению конкуренции.

1.61 Государственная антимонопольная политика для умеренно концентрированных рынков предполагает:

- а. пресечение недобросовестной конкуренции, наблюдение динамики показателей концентрации;
- б. запреты на объединение;
- в. контроль рыночного поведения субъектов, имеющих долю на рынке более 35%;
- г. верно а), б), в)
- д. верно а) и в)

1.62 По российскому законодательству, доминирующей является фирма, имеющая долю рынка

более:

- а. 30%;
- б. 35%;
- в. 50%;
- г. 60%;
- д. 75%.

1.63 Порядок рассмотрения антимонопольных дел включает:

- а. анализ положения компании на рынке;
- б. определение границ рынка;
- в. определение наличия или отсутствия злоупотребления доминирующим положением;
- г. наложение штрафа;
- д. верно а), б), в)
- е. верно а), б), в), г)

1.64 Первый антимонопольный закон был принят в:

- а. Англии;
- б. России;
- в. США;
- г. Франции.

1.65 Антимонопольная политика в США появилась:

- а. в конце 17 века;
- б. в конце 18 века;
- в. в конце 19 века;
- г. в конце 20 века.

1.66 Методом неценовой конкуренции не является

- а. применение системы скидок к цене товара;
- б. проведение агрессивной рекламной кампании;
- в. совершенствование внешнего вида продукции;
- г. внедрение системы послепродажного обслуживания;

1.67 Скрытая ценовая конкуренция представляет собой:

- а. конкуренцию, при которой на рынок вводится товар с улучшенными потребительскими свойствами и цена сильно увеличивается;
- б. конкуренцию, при которой наблюдается снижение цены;
- в. конкуренцию, при которой на рынок вводится товар с улучшенными потребительскими свойствами и цена увеличивается непропорционально мало;
- г. конкуренцию, при которой на рынок вводится товар с улучшенными потребительскими свойствами и цена постоянна;
- д. верно б) и в)

1.68 Ценовая дискриминация это:

- а. продажа по разным ценам одной и той же продукции разным покупателям при одинаковых издержках производства;
- б. различия в оплате труда по национальности и полу;
- в. повышение цены на товары и услуги более высокого качества;
- г. все предыдущие ответы неверны;
- д. все предыдущие ответы верны.

1.69 В США ценовая дискриминация, не связанная с различиями в издержках производства,

была запрещена:

- а. Законом Клейтона;
- б. Актом Робинсона-Патмана;
- в. Законом Селлера-Кефовера;
- г. Законом Шермана;
- д. нет верного ответа.

1.70 Описание «цены разные для разных объемов продаж» характерно для:

- а. ценовой дискриминации I степени;
- б. ценовой дискриминации II степени;
- в. ценовой дискриминации III степени;
- г. нет правильного ответа.

1.71 Ценовая дискриминация третьей степени характерна для:

- а. рынка электроэнергии;
- б. продажи авиабилетов туристского и первого классов;
- в. предоставления скидок для студентов и пенсионеров;
- г. предоставления скидок на нестандартный (испорченный) товар;
- д. верны ответы б) и в).

1.72 Укажите верную причину вмешательства государства в регулирование экономики:

- а. существование коррупции;
- б. существование бюрократизма;
- в. лоббизм;
- г. в ряде случаев рыночная экономика может быть неэффективна;
- д. нет правильного ответа.

1.73 Принципы государственного регулирования:

- а. экономическая эффективность, оптимизация поведения экономических агентов;
- б. соблюдение закона, защита прав потребителей;
- в. усиление рыночной власти, диверсификация и специализация;
- г. нет правильного ответа.

1.74 К косвенным методам отраслевой политики относятся:

- а. налогообложение, система льгот по тарифам;
- б. регулирование цен, валютные курсы;
- в. валютные курсы, установление норм амортизации;
- г. верно а) и в)
- д. верно б) и в)

2 Вопросы в открытой форме.

2.1 _____ - это объединение производителей и потребителей на основе удовлетворяемой потребности (рассматривается с позиций спроса). *(дополните определение)*

2.2 _____ - это совокупность предприятий, производящих близкие продукты, использующих близкие ресурсы и технологии; отрасль объединена на основе характера используемых технологий (рассматривается с позиций предложения). *(дополните определение)*

2.3 _____ - отношение объема продаж продукта данного предприятия к суммарному объему продаж аналогичных продуктов всех предприятий, действующих на данном рынке.

Может измеряться как в процентах, так и в долях от единицы. *(дополните определение)*

2.4 Факторы объективного и субъективного характера, из-за которых новые фирмы испытывают затруднения при проникновении на отраслевой рынок – это _____ на рынок *(дополните определение)*

2.5 _____ барьеры входа - создаются самой фирмой в результате реализации ее целенаправленной политики. *(дополните определение)*

2.6 _____ рынка – потенциально возможный объем продаж определенного товара на рынке в течение заданного периода, зависящий от спроса на товар, уровня цен, общей конъюнктуры рынка, доходов населения, деловой активности. *(дополните определение)*

2.7 _____ - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования. В зависимости от стадии жизненного цикла товаров объекта рекламирования выделяют информативную, побуждающую и напоминающую рекламу. *(дополните определение)*

2.8 _____ - стратегия производителей и продавцов товаров, заключающаяся в разделении рынка на отдельные части по признаку вида продаваемого товара, территориального расположения, типа наиболее представленных на данной части рынка покупателей, по социальным признакам. *(дополните определение)*

2.9 _____ товара - определение рыночной позиции для компании, продукта или услуги, которая будет выгодно отличать ее (его) от положения конкурентов. Осуществляется с учетом конкретной целевой группы потребителей, для которой создаются и предлагаются преимущества и уникальность. *(дополните определение)*

2.10 Структура рынка, характеризующаяся следующими признаками: 1) немного продавцов, т.е. немногочисленность фирм в отрасли; 2) высококонцентрированное производство; 3) высокие входные барьеры в отрасль; 3) унифицированный (стандартизированный) или дифференцированный продукт; 4) всеобщая взаимосвязь фирм в отрасли – это _____.

2.11 _____ деятельности фирмы - распределение выпуска фирмы между разными целевыми рынками. Диверсификация деятельности позволяет фирме снизить риск хозяйствования, связанный с конкретным рынком. *(дополните определение)*

2.12 Структура рынка, на котором один продавец. Характеризуется следующими признаками: 1) один продавец, фирма представляет собой всю отрасль; 2) крайне трудно преодолимые входные барьеры; 3) уникальный продукт, не имеющий близких заменителей. 4) фирма осуществляет значительный контроль над ценой – это _____.

2.13 Корректировка такой деятельности фирм, которая рассматривается как наносящая ущерб конкуренции на рынке представляет собой _____ политику государства *(дополните определение)*

2.14 _____ законодательство – совокупность нормативных актов, направленных на поддержание конкурентной среды и противодействующих монополизму и недобросовестной конкуренции в различных сферах предпринимательской деятельности. *(дополните определение)*

2.15 _____ конкуренция - самовольное применение чужих товарных знаков, дизайна

или оригинальных свойств товаров, недобросовестная реклама, а также распространение ложных сведений о конкурентах или производимых ими товарах. *(дополните определение)*

2.16 _____ конкуренция — это конкурентная борьба за счет снижения цен до более низкого относительно конкурентов уровня. *(дополните определение)*

2.17 Ценовая _____ - продажи одинаковых товаров разным покупателям одной и той же фирмой осуществляются по разным ценам и при этом различия в цене не обусловлены различиями в издержках или качестве товара. *(дополните определение)*

2.18 _____ ценообразование - ценовая политика (разновидность ценовой дискриминации второго типа), при которой фирма, в противоположность двухчастному тарифу, может прямо устанавливать разные цены на продукцию в зависимости от готовности покупателя платить за товар, в результате расходы потребителя на приобретение данного товара изменяются непропорционально изменению количества покупаемого товара. *(дополните определение)*

2.19 _____ ценообразование - ценовая политика (разновидность ценовой дискриминации третьего типа), при которой фирма устанавливает цены на товары в зависимости от времени продажи товара (день - ночь, осень - зима и т.п.). *(дополните определение)*

3 Вопросы на установление последовательности.

3.1 Чтобы отследить нынешнее состояние конкуренции на рынке, Федеральная антимонопольная служба разработала методику анализа и оценки конкурентной среды. Данная методика анализа и оценки конкурентной среды на рынке состоит нескольких этапов. установите их правильную последовательность.

1. Выявление временного интервала исследования товарного рынка;
2. Выявление входных барьеров товарного рынка;
3. Обнаружение продуктовых и географических границ товарного рынка;
4. Определение степени концентрации товарного рынка;
5. Оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке;
6. Раскрытие количества компаний, функционирующих на товарном рынке;
7. Составление аналитического отчета.
8. Установление объема товарного рынка и долей компаний на рынке;

3.2 Установите последовательность анализа состояния конкурентной среды на товарных рынках

1. Анализ факторов, формирующих конкурентную среду отрасли
2. Выявление показателей и барьеров
3. Определение состава продавцов и покупателей
4. Оценка интенсивности конкуренции в отрасли по существующим коэффициентам
5. Оценка рыночного потенциала и построение конкурентной карты рынка

4 Вопросы на установление соответствия.

4.1 Установите соответствие между концепцией и ее содержанием

Концепция			Содержание
1	Технологическая или функциональная концепция (неоклассическая)	А	Фирма - это совокупность внутренних и внешних контрактов, сталкивающаяся с двумя типами затрат на обеспечение их выполнения - транзакционными издержками и издержками контроля
2	Контрактная (институциональная) концепция	Б	Фирма - это структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства
3	Стратегическая концепция	В	Фирма - это активный субъект рынка, сознательно и целенаправленно воздействующий на окружающую рыночную среду

4.2 Установите соответствие между показателями, характеризующие структуру отраслевых рынков и его содержанием

Показатель			Содержание
1	Индекс концентрации рынка (CR)	А	показатель концентрации, определяемый как сумма квадратов рыночных долей всех фирм рынка: $HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$
2	Индекс Херфиндаля-Хиршмана	Б	измеряется как сумма рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке: $CR_k = \sum_{i=1}^k S_i$ где S_i – доля i -й фирмы на рынке. k -количество фирм, учитываемых при расчете.
3	Дисперсия рыночных долей	В	показатель концентрации, определяющий степень разброса рыночных долей фирм. $\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (S_i - \bar{S}_i)^2$

4.3 Установите соответствие между показателем рыночной власти и его содержанием

Показатель			Содержание
1	Индекс Лернера	А	измеряет эластичность спроса на продукт отрасли относительно эластичности спроса на продукт фирмы
2	Коэффициент Бэйна	Б	показатель рыночной власти фирмы, характеризующий относительное превышение цены товара над предельными издержками его производства.
3	Коэффициент Тобина	В	показатель рыночной власти фирмы на основе сравнения доходности данной фирмы со средней доходностью рынка в целом
4	Индекс Ротшильда	Г	показатель рыночной власти, характеризующий относительную оценку состояния фирмы рынком по сравнению с внутренней оценкой самой фирмой

4.4 Установите соответствие между понятием и его содержанием

1	Дифференциация продукта (товаров)	А	тип дифференциации, который связан с различиями качественных характеристик товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы потребителей.
2	Горизонтальная дифференциация	Б	различия между однотипными продуктами, производимыми разными производителями, по таким характеристикам, как

	товаров		цвет, местоположение, качество, стиль и проч., данные отличия существенны для потребителя, что делает однотипные продукты разными товарами.
3	Вертикальная дифференциация товаров	В	тип дифференциации, который связан с различием потребительских характеристик товаров, удовлетворяющих разные вкусы потребителей

4.5 Установите соответствие между названием метода и его содержанием

Метод			Содержание
1	Цена «проникновения»	А	относительно невысокая цена нового товара, позволяющая фирме быстро завоевать рынок.
2	Цена «снятия сливок»	Б	психологическое предпочтение товара, цена которого оканчивается на 9
3	Эффект «странных цифр»	В	относительно высокая цена нового товара, позволяющая фирме получить большую прибыль в короткие сроки

4.6 Установите типы ценовой дискриминации с их характеристиками

Тип ценовой дискриминации			Характеристика
1	Совершенная ценовая дискриминация (первый тип дискриминации)	А	ценовая политика, используемая тогда, когда фирма знает, что существует несколько типов потребителей, но она не в состоянии различить каждый тип. Характерными чертами дискриминации второго типа являются: снижение средней цены товара с ростом объема продаж; самостоятельный отбор потребителей
2	Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип ценовой дискриминации)	Б	ценовая политика, при которой по отношению к каждой группе потребителей назначаются различные цены.
3	Ценовая дискриминация по группам потребителей (третий тип дискриминации)	В	ценовая политика, которая позволяет фирме заставить всех покупателей платить за товар в размере максимальной готовности платить

4.7 Установите соответствие между направлением государственной отраслевой политики и его содержанием

Направлением государственной отраслевой политики			Содержание
1	Государственное регулирование естественных монополий	А	государственная политика, оказывающая влияние на внешнюю торговлю посредством налогов, субсидий и прямых ограничений на импорт и экспорт
2	Внешнеторговая политика	Б	действия государства в отношении естественных монополий, преследующие общую цель снижения потерь общественного благосостояния от монопольной власти, не жертвуя при этом производственной эффективностью
3	Структурная политика	В	система мер направленных на формирование необходимых

		общегосударственных, внутриотраслевых и межотраслевых и региональных пропорций.
--	--	---

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкалой следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ

Компетентностно-ориентированная задача № 1

Фирма-монополист производит продукцию при постоянных средних и предельных издержках: $AC = MC = 10$ руб. Функция рыночного спроса, с которой сталкивается монополист, представлена следующим образом: $Q(P) = 110 - P$, где P — цена единицы продукции, Q — объем продаж.

Ответьте на вопросы:

1) какую цену назначит монополист и какой объем фирма произведет для максимизации своей прибыли?

2) насколько сильна рыночная власть фирмы?

3) если бы данный рынок был конкурентным, то какая рыночная цена установилась бы на нем? Каков был бы объем продаж?

4) какую субсидию должно предложить государство фирме монополисту для того, чтобы монополия выбрала конкурентные параметры своего поведения?

Компетентностно-ориентированная задача № 2

Проанализируйте, какие конфликты интересов могут возникать в связи с проведением политики поддержки конкуренции между антимонопольным органом и соответствующими региональными и/или отраслевыми органами государственного регулирования в следующих отраслях:

- телекоммуникации и связь;

- железнодорожный транспорт; у электроэнергетика; у пищевая промышленность;
- фармацевтика;
- жилищно-коммунальное хозяйство;
- госзакупки;
- финансовые рынки;
- цветная металлургия.

Для ответа используйте сайты министерств и компаний этих отраслей, а также публикации в СМИ.

Компетентностно-ориентированная задача № 3

Реформа транспорта в Великобритании привела к дерегулированию рынка местных автобусных услуг, так что конкурирующие фирмы получили возможность предлагать автобусные услуги на любом маршруте по любой цене. Некоторые эксперты считают, что каждая компания теперь будет стремиться таким образом распределить свое расписание, чтобы ее автобус появлялся на несколько минут раньше автобуса конкурирующей компании, чтобы забирать всех пассажиров с остановки.

1. Какую экономическую модель вы могли бы использовать для анализа данной ситуации?
2. Является ли вышеприведенное суждение экспертов верным?
3. Является ли подобная стратегия автобусных компаний нарушением конкурентного законодательства?
4. Должен ли антимонопольный орган вмешиваться в эту ситуацию на автобусном рынке?

Компетентностно-ориентированная задача № 4



На схеме представлена структура отрасли электроэнергетики. В каких элементах производства, распределения, доступа и потребления электроэнергии предприятиями и домохозяйствами наблюдается ситуация естественной монополии, а где возможна конкуренция? Обоснуйте свой ответ.

Компетентностно-ориентированная задача № 5

Рассмотрим две отрасли, в каждой из которых по 10 фирм. В отрасли А рыночная доля самой крупной фирмы равна 49%. Рыночные доли следующих трех фирм составляют по 7%, а оставшиеся шесть фирм имеют равные доли 5%. В отрасли В доля каждой из четырех крупнейших фирм составляет 19%. Доля следующей по величине фирмы насчитывает 14%, а пять самых мелких фирм поровну разделили оставшиеся 10% рынка.

Ответьте на вопросы:

- 1) рассчитайте уровень концентрации (CR4) и коэффициент НИИ для каждой отрасли. Сравните эти показатели по отраслям. Структура какой отрасли более конкурентна? Какой

показатель, по вашему мнению, отражает это лучше и почему?

2) допустим, что три вторые по величине фирмы в отрасли А объединили свои операции, сохранив за собой долю рынка в 21%. Пересчитайте НИИ для отрасли А. Как изменится уровень концентрации в отрасли? Допустит ли антимонопольный орган это слияние?

Компетентностно-ориентированная задача № 6

В таблице ниже представлены расчеты коэффициента Джини для ряда продуктовых отраслей США. Какие отрасли можно охарактеризовать как наиболее концентрированные? Наименее концентрированные? Со средним уровнем концентрации? Что лежит в основе данных различий в концентрации?

Коэффициент Джини в ряде продуктовых отраслей США

Продукт	Коэффициент Джини
Фрукты	0,8
Яйца	0,93
Корма	0,83
Овощи	0,84
Хлопок	0,62

Компетентностно-ориентированная задача № 7

Определить, как изменится доля профильной продукции в общем объеме выпуска после повышения уровня специализации предприятия. Исходные данные *приведены* в таблице

Показатель	Единицы измерения	Условные обозначения	До повышения уровня специализации	После повышения уровня специализации
Количество изделий, фактически выпущенных предприятием за год	шт.	N_{Φ}	40000	42000
Средняя цена одного изделия	тыс. руб.	$\Pi_{\text{изд}}$	55,5	55,5
Объем выпуска профильной продукции за год	тыс. руб.	$Q_{\text{пр}}$	1300000	1864300

Компетентностно-ориентированная задача № 8

Предприятие, имея объем выпуска продукции 2000 тыс. т в год с затратами на ее производство 180000 тыс. руб., провело мероприятие по углублению специализации. В результате этого себестоимость единицы изделия снизилась на 7%. Одновременно, в связи с изменением поставщиков, повысились транспортные расходы на единицу продукции - с 2000 до 2300 руб.

Определить размер годовой экономии от проведенных мероприятий при условии увеличения выпуска продукции на 10%.

Компетентностно-ориентированная задача № 9

Оценить уровень специализации производства на предприятии по коэффициенту специализации, если объем производства основной специализированной продукции, соответствующей профилю предприятия, составляет 3827000 тыс. руб. в год, а объем производства всей продукции, производимой предприятием, составляет 4359000 тыс. руб. в год.

Компетентностно-ориентированная задача № 10

По приведенным данным таблицы определить удельный вес отдельной отрасли в промышленности в целом, абсолютный прирост, темп роста, темп прироста, коэффициент определения темпов роста для отдельных отраслей по сравнению с темпами роста промышленности в целом.

Объем производства по отраслям промышленности, тыс. руб.

Наименование отрасли	Объем производства, тыс. руб.	
	2019 г.	2020 г.
Вся промышленность:	6123	6759
Машиностроение	3838	4283
Легкая промышленность	428	462
Электроэнергетика	1857	2014

Компетентностно-ориентированная задача № 11

Определить предприятие, обладающее рыночной властью, если известно количество предприятий машиностроения и их объем производства.

Предприятие машиностроения	Объем продаж, тыс. руб.
П1	31058,7
П2	23499,7
П3	67887,2
П4	14979,4
ИТОГО:	137425,0

Компетентностно-ориентированная задача № 12

По представленным данным в таблице определить коэффициент Лернера – показатель монопольной власти.

Предприятие	Цена продукции, усл. ден. ед.	Предельные издержки, усл. ден. ед.
П1	200	50
П2	185	70
П3	218	90

Компетентностно-ориентированная задача № 13

Определить степень концентрации производства в машиностроении, используя коэффициент Джини.

10% -ые группы предприятий	Объем производства, тыс. руб.
группа (с наименьшим объемом производства)	24626,7
2 группа	26165,8
3 группа	31552,9
4 группа	43866,2
5 группа	68492,9
6 группа	89271,6
7 группа	96197,8
8 группа	118515,7
9 группа	131598,7
10 группа (с наибольшим объемом производства)	139294,5
ИТОГО	769582,8

Компетентностно-ориентированная задача № 14

Определите оптимальный объем производства гильз, цилиндра и поршней. Нормативный коэффициент эффективности $E_n=0,15$.

Исходные данные

Показатели	1 завод	2 завод	3 завод
Выпуск гильз и поршней, тыс. комп.	1800	4500	9000
Себестоимость одного комплекта	4,43	4,15	4,06
Выпуск на 1 рубль капитальных затрат, руб.	2,82	2,96	3,01

Компетентностно-ориентированная задача № 15

Завод специализируется на производстве автокранов и освобождается от изготовления насосов – продукции, не свойственной его профилю. Капитальные вложения необходимые для проведения намеченной специализации завода (по реконструкции) 1,8 млн. руб.

Нормативный коэффициент эффективности 0,12 .

На основании данных таблицы определите: условно-годовую экономию от проводимой специализации, срок окупаемости капитальных затрат, годовой экономический эффект.

Изменение объема производства и уровня специализации характеризуется следующими данными.

Показатели	До специализации	После специализации
Удельный вес основной продукции (автокранов) в общем объеме валовой продукции, %	54,00	92,00
Годовой выпуск продукции в натуральном выражении, шт.	408,00	3000,00
Серийность производства (размер партий обрабатыв. Автокраном)	10,00	50-55,00
Удельный вес стоимости полуфабрикатов и узлов, полученных по кооперации в с/б продукции	27,50	60,50
Себестоимость автокрана, т. руб.	3,94	2,95
Транспортные расходы, руб.	250,00	300,00

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5 балльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи (нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться):

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.