

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЫ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

УТВЕРЖДЕНО
Директор ВШМБ
В.Н. Егоров
«_____» _____ 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«Управленческая экономика»

(наименование дисциплины/модуля)

Наименование программы: Мастер делового администрирования - Master of Business Administration (MBA – General Management)

Программу разработал: к.э.н., доцент Баканач Ольга Вячеславовна

Самара, 2018 г.

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Формирование и совершенствование компетенций:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

Знать

- Знать базовые экономические понятия;
- Объективные основы функционирования экономики и поведения экономических субъектов;
- Знать сущность и составные элементы экономических явлений и показателей;
- Методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов;
- Знать основные экономические проблемы и методологические подходы к их описанию;

Уметь

- Интерпретировать экономические явления и процессы в соответствии с базовыми экономическими категориями;
- Определять мотивы экономической деятельности экономических субъектов;
- Анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и рассчитывать основные экономические показатели;
- Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций
- Выявлять направления развития и проблемы национальной экономики и определять способы государственного регулирования национальной экономики;

Владеть

- Методами анализа экономических процессов и явлений;
- Методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей;
- Методологией экономического исследования;

Компетенции (код, наименование)	Уровни сформированнос ти компетенции	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
ОК-3 Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	1. Пороговый	<u>Знать:</u> Знать базовые экономические понятия Объективные основы функционирования экономики и поведения экономических субъектов Знать сущность и составные элементы экономических явлений и показателей <u>Уметь:</u> Интерпретировать экономические явления и процессы в соответствии с базовыми экономическими категориями; Определять мотивы экономической деятельности экономических субъектов; Анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и рассчитывать основные экономические показатели

		<u>Владеть:</u> Методами анализа экономических процессов и явлений
	2. Повышенный	<u>Знать:</u> Знать базовые экономические понятия; Объективные основы функционирования экономики и поведения экономических субъектов; Знать сущность и составные элементы экономических явлений и показателей; Методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; Знать основные экономические проблемы и методологические подходы к их описанию; <u>Уметь:</u> Интерпретировать экономические явления и процессы в соответствии с базовыми экономическими категориями; Определять мотивы экономической деятельности экономических субъектов; Анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и рассчитывать основные экономические показатели; Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций Выявлять направления развития и проблемы национальной экономики и определять способы государственного регулирования национальной экономики; <u>Владеть:</u> Методами анализа экономических процессов и явлений; Методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей; Методологией экономического исследования

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

Знать:

- виды и типы организационно- управленческих решений;
- роли организационно-управленческих решений;
- методы подготовки организационно- управленческих решений;
- условия и ограничения принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности с позиций социальной значимости;
- подходы и стили организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности;

Уметь:

- ориентироваться в системе видов и типов организационно- управленческих решений в профессиональной деятельности;

- применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат в системе видов и типов организационно- управленческих решений в профессиональной деятельности;

- выбрать подход к разработке организационно-управленческих решений с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов в профессиональной деятельности;

- выделять личностные профили организационно-управленческих решений для эффективной реализации в профессиональной деятельности с позиций социальной значимости ;

Владеть:

- навыками и технологией процесса выработки решения в профессиональной деятельности;

- приемами выбора метода и моделей для разработки организационно-управленческих решений;

- механизмом реализации и контроля принятого решения с учетом социальной значимости;

Компетенции (код, наименование)	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
ОПК-2- способностью находить организационно- управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;	1. Пороговый	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и типы организационно-управленческих решений; - роли организационно-управленческих решений; - методы подготовки организационно-управленческих решений; - условия и ограничения принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности с позиций социальной значимости; - стили организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в системе видов и типов организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; - применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат в системе видов и типов организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; - выбрать подход к разработке организационно-управленческих решений с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов в профессиональной деятельности;

	2. Повышенный	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и типы организационно-управленческих решений; - роли организационно-управленческих решений; - методы подготовки организационно-управленческих решений; - условия и ограничения принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности с позиций социальной значимости; - стили организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; <p>;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в системе видов и типов организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; - применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат в системе видов и типов организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; - выбрать подход к разработке организационно-управленческих решений с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов в профессиональной деятельности; - выделять личностные профили организационно-управленческих решений для эффективной реализации в профессиональной деятельности с позиций социальной значимости ; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками и технологией процесса выработки решения; - приемами выбора метода и моделей для разработки организационно-управленческих решений; - механизмом реализации и контроля принятого решения с учетом социальной значимости;
--	---------------	--

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

Требования к результатам освоения дисциплины (модуля), включая перечень осваиваемых профессиональных компетенций:

Формирование и совершенствование компетенций:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

2. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в экономику. Определение рынка. Условия функционирования рынка. Виды рынков (2 часа)

Возникновение и развитие экономики как науки. Предмет экономической теории. Производственные возможности общества: редкость, выбор, альтернативные издержки, эффективность. Сущность рынка, условия его возникновения и развития.

Тема 2. Спрос и предложение. Эластичность спроса и предложения (1 час)

Рыночный спрос и его факторы. Закон спроса и его обоснования. Неценовые детерминанты спроса. Рыночное предложение и его факторы. Закон предложения. Неценовые детерминанты предложения. Рыночное равновесие и равновесная цена. Равновесное количество продукта. Механизм установления равновесной цены. Проблема искажения цен государством. Воздействие изменений спроса и предложения на равновесную цену и равновесное количество продукта. Эластичность спроса и предложения. Практическое назначение теории спроса и предложения.

Тема 3. Теория потребительского поведения (2 часа)

Понятие общей и предельной полезности блага. Полезность и цена. Потребительский выбор и максимизация благосостояния потребителя. Моделирование потребительского поведения: кривые безразличия и бюджетное ограничение.

Тема 4. Фирма в системе рыночных отношений. Теория фирмы (2 часа)

Понятие производства. Технология и производственная функция. Изокванта и изокоста. Равновесие производителя. Понятие фирмы и ее признаки. Концепция издержек в экономической теории. Классификация издержек фирмы с учетом мобильности факторов производства. Издержки и доход фирм. Краткосрочное и долгосрочное равновесие фирмы. Понятие инвестиционных ресурсов (капитала). Доход на капитал (процент) и его экономическая природа. Стоимость денег во времени. Сложный процент и дисконтирование.

Тема 5. Типы рыночных структур (1 час)

Рыночная структура: понятие и определяющие признаки. Классификация рыночных структур. Совершенная конкуренция как идеальная модель рынка и способ анализа реальных рыночных структур. Монополия: понятие, условия существования, факторы монопольной власти. Виды монополий. Монопольная власть и ее измерение. Ценовая дискриминация. Естественная монополия и дилемма ее регулирования. Неэффективность распределения ресурсов при монополии. Монополии и научно-технический прогресс.

Олигополия в рыночной экономике. Стратегия фирмы в олигополистической отрасли. Ценовая политика олигополий. Неценовая конкуренция на олигополистических рынках.

Монополистическая конкуренция: особенности рыночной структуры. Равновесие на монополистически конкурентном рынке. Ценовая и неценовая конкуренция.

Монополистическая конкуренция и общественная эффективность. Показатели монопольной власти. Особенности рыночных структур в российской экономике.

Практические занятия – 12 часов

Самостоятельная работа – 32 часа

3. Форма аттестации

Форма промежуточной аттестации – экзамен

4. Оценочные материалы дисциплины (модуля)

Шкала оценивания знаний, навыков и компетенций слушателей ВШМБ

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
<p>1. полно раскрыто содержание вопроса;</p> <p>2. материал изложен грамотно, логически последовательно, правильно используется терминология;</p> <p>3. показано умение применения инструментов анализа и планирования;</p> <p>4. продемонстрировано усвоение ранее изученных вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;</p> <p>5. материалы оформлены качественно, грамотно;</p> <p>6. на дополнительные вопросы комиссии получены верные лаконичные ответы ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p>	<p>1. ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку отлично, но при этом может иметь следующие недостатки:</p> <p>- в изложении допущены незначительные пробелы, не исказившие содержание ответа;</p> <p>- допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию члена комиссии;</p> <p>- допущены ошибка или более двух недочетов при освещении дополнительных вопросов, которые легко исправляются по замечанию члена комиссии.</p>	<p>1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.</p> <p>2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>3. при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков.</p>	<p>1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, не показано общее понимание вопроса и не продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.</p> <p>2. допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, не исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>3. при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков;</p> <p>4. отказ от ответа</p>
Повышенный уровень		Пороговый уровень	Компетенции не сформированы

Примерные вопросы к экзамену.

1. Понятие «экономика». Функции экономики.
2. Методы экономической науки. Экономические законы.
3. Экономические потребности. Пирамида человеческих потребностей. Закон возрастающих потребностей. Понятие «благо».
4. Экономические ресурсы и факторы производства. Ограниченность ресурсов и безграничность потребностей.
5. Граница производственных возможностей. Альтернативная стоимость. Основные проблемы экономики: что, как, для кого?
6. Производство и воспроизводство экономического продукта.
7. Распределение, обмен и потребление экономического продукта.
8. Основные экономические субъекты: домохозяйства, фирмы, государство. Экономический кругооборот. Роль субъектов рыночной экономики. Роль государства в кругообороте. Экономические цели субъектов экономики.
9. Экономическое содержание отношений собственности.
10. Теория прав собственности.
11. Классификация по форме присвоения объектов собственности.
12. Деньги как развития производительных сил и производственных отношений.
13. Деньги, их свойства, функции, денежные агрегаты.
14. Формулы количества денег в обращении Фишера. Кембриджское уравнение.
15. Экономические системы. Традиционная система. Рыночная экономика эпохи свободной конкуренции (свободный капитализм). Командная (тоталитарная) система. Смешанная экономическая система. Модели современной смешанной рыночной экономики.
16. Рынок. Сущность и функции рынка. Позитивные и негативные стороны рынка. Многообразие рыночных структур и их характеристика.
17. Спрос. Кривая (закон) спроса. Индивидуальный и рыночный спрос. Ценовые и неценовые факторы спроса. Неценовые факторы и сдвиг кривой спроса (изменение величины спроса): потребительские вкусы, число покупателей, доход, цены на сопряженные товары, ожидания. Индивидуальный и рыночный спрос.
18. Предложение. Кривая (закон) предложения. Ценовые и неценовые факторы предложения: цены на ресурсы, технология, налоги и дотации, цены на другие товары, число продавцов, ожидания. Сдвиг кривой предложения и изменение величины предложения.
19. Рыночное равновесие и равновесные цены. Экономический смысл равновесия. Уравновешивающая функция цен.
20. Изменения в рыночном равновесии. Взаимосвязь изменений спроса и предложения.
21. Государственное регулирование цен.
22. Понятие эластичности. Эластичность спроса по цене. Характер спроса (совершенно эластичный, эластичный, единичная эластичность, неэластичный, совершенно не эластичный).
23. Дуговая эластичность и её измерение. Формула средней точки для измерения эластичности.
24. Эластичность спроса по доходу. Товары Гиффена. Закон Э. Энгеля.
25. Перекрестная эластичность спроса.
26. Эластичность предложения. Эластичность предложения в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.
27. Полезность. Общая и предельная полезность. Потребительское равновесие.
28. Бюджетные ограничения. Кривые безразличия. Равновесие потребителя. Эффект дохода. Эффект замещения.

29. Сущность издержек производства. Экономические и бухгалтерские издержки. Виды издержек: внешние, внутренние, постоянные, переменные, общие (валовые), средние, предельные, безвозвратные.

30. Закон убывающей предельной производительности. Правило наименьших издержек. Правило максимизации прибыли.

31. Издержки фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Эффект масштаба.

32. Теории прибыли. Выручка и прибыль. Экономическая (чистая) и бухгалтерская прибыль. Доход и его формы. Общий, средний и предельный доход.

33. Понятие совершенной конкуренции и её характерные черты. Определения цены и объема производства. Принцип максимизации прибыли. Подход «валовые издержки - валовый доход». Предельный подход.

34. Случаи максимизации прибыли и минимизации убытков в краткосрочном периоде. Случай закрытия производства.

35. Кривая предложения фирмы в краткосрочном временном интервале. Предложение совершенно конкурентной фирмы и отрасли. Фирма и отрасль: цена равновесия.

36. Допущения и цель максимизации прибыли в долгосрочном периоде. Ликвидация прибыли, ликвидация убытков. Эффективность конкурентных рынков.

37. Несовершенная конкуренция и её виды. Монополия. Характерные черты чистой монополии. Барьеры вступления в отрасль. Определение цены и объема производства в условиях чистой монополии.

38. Естественная монополия. Ценовая дискриминация. Регулируемая монополия.

39. Монополистическая конкуренция. Характерные черты монополистической конкуренции. Определение цены и объема производства в условиях монополистической конкуренции. Издержки монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция.

40. Олигополия. Понятие и распространение олигополии. Рыночная власть. Показатели концентрации рынка. Индекс Герфиндаля. Индекс Лернера. Олигополистическая взаимосвязь: тайный сговор, доминирующая фирма, согласование без соглашения, лидерство в ценах. Теории олигополии: теория А. Курно, теория «изгибающейся кривой спроса». Олигополия и экономическая эффективность.

41. Спрос на факторы производства. Производный характер его возникновения. Предельная доходность ресурсов (денежная форма предельного продукта). Значение формирования цены на ресурсы.

42. Труд как фактор производства. Кривая предложения на рынках труда. Конкурентное равновесие на рынке труда. Заработная плата как цена труда: подходы к определению. Заработная плата и занятость. Дифференциация ставок заработной платы.

43. Капитал и его формы. Движение капитала и капитальные фонды. Рынок капитала. Капитал и процентный доход. Процентная ставка и инвестиции. Дисконтирование и инвестиционные решения.

44. Земля как фактор производства. Расположение и использование земли и земельная рента. Капитализация чистой экономической ренты. Рента и земельный налог. Дифференциальная рента. Рынок земли. Цена земли и различия в ренте.

45. Предпринимательство и его функции. Предпринимательский доход и экономическая прибыль. Функции прибыли. Источники экономической прибыли. Прибыль как «безусловный» доход от факторов производства. Прибыль как вознаграждение за предпринимательскую деятельность и инновации.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Лекционный материал в текстовом варианте (Приложение 1)

4.2. Материалы практических занятий

Примеры типовых заданий.

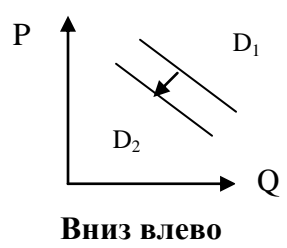
Задание 1.

В **графе 1** представлены некоторые товары

В **графе 2** указаны события, которые происходили на рынке этих товаров.

В **графе 3** укажите название фактора, который вызвал изменение спроса на товар.

В **графе 4** покажите, как сдвинется линия спроса на рассматриваемый товар в результате такого события.

Товар	События	Фактор	Сдвиг линии спроса
Пример 1. Живые елки накануне Нового года	Снижение цен на искусственные елки	Изменение цены на товар-субститут (взаимозаменяемый)	 Вниз влево
2. Автомобили	Повысилась цена на бензин		
3. Цифровые видеокамеры	Увеличились доходы населения		
4. Роликовые коньки	Вошли в моду роликовые коньки		
5. Компьютеры	Пользователи ожидают появления компьютеров нового поколения		

6. Coca-Cola	Розыгрыш призов от фирмы «Coca-Cola»		
7. Учебники	Наступление летних каникул		

Задание 2.

Каждому понятию в группе «А» подберите соответствующее определение из группы «Б».

Группа «А»	Группа «Б»
1. Экономические отношения	1. Упущенная выгода из-за отказа от осуществления следующей по значимости альтернативы.
2. Микроэкономика	2. Изучает экономические отношения и процессы на уровне отдельных хозяйственных единиц
3. Макроэкономика	3. Отношения, складывающиеся между людьми в процессе производства, распределения и потребления товаров и услуг
4. Экономическая модель	4. Линия, показывающая максимальное количество товаров, которое можно произвести, если полностью использовать производственные ресурсы
5. Ресурсы	5. Часть экономической теории, которая изучает экономику как единое целое
6. Альтернативные затраты	6. Все, что затрачивается в процессе производства товаров и услуг
7. Граница производственных возможностей	7. Упрощенное описание экономической действительности с помощью уравнений и графиков
8. Рынок	8. Организация общественного производства, при которой производители, ориентируясь на спрос покупателей, сами решают что, как и для кого они будут производить
9. Спрос	9. Минимальная цена, по которой продавцы согласны продать определенное количество товара
10. Объем спроса	10. Количество товара, которое согласны продать продавцы по определенной цене
11. Цена спроса	11. Изменение количества покупаемого товара, которое происходит при изменении его цены
12. Рыночный спрос	12. Желание и возможность покупателей приобрести определенное количество товара или услуги по определенной цене
13. Закон спроса	13. Изменение количества предлагаемых к продаже товаров, при неизменных ценах на этот товар
14. Изменение объема	14. Количество товара, которое согласны приобрести

спроса	покупатели по определенной цене
15. Изменение спроса	15. Состояние, при котором объем спроса равен объему предложения
16. Функция спроса	16. Состояние рынка, при котором объем спроса превышает объем предложения
17. Комплиментарные товары	17. Закон, утверждающий, что при росте цены на товар объем предложения товара увеличивается (и наоборот)
18. Товары - субституты	18. Максимальная цена, по которой потребители согласны купить определенное количество товара или услуги
19. Предложение	19. Цена на товар, при которой объем спроса равен объему предложения
20. Объем предложения	20. Изменение количества предлагаемого к продаже товара, которое происходит при изменении цены данного товара
21 Цена предложения	21 Состояние, при котором объем предложения превышает объем спроса
22. Рыночное предложение	22. Зависимость объема спроса на товар от определяющих его факторов
23. Закон предложения	23. Взаимодополняющие товары
24. Изменение объема предложения	24. Взаимозаменяемые товары
25. Изменение предложения	25. Готовность производителя продать определенное количество товара или услуги по определенной цене
26. Функция предложения	26. Зависимость объема предложения товара от влияющих факторов
27. Рыночное равновесие	27. Спрос на товар, предъявляемый всеми потребителями на рынке
28. Равновесная цена	28. Закон, утверждающий, что при росте цены на товар объем спроса на товара уменьшается (и наоборот)
29. Дефицит товара	29. Изменение количества покупаемого товара, которое происходит при постоянных ценах на этот товар
30. Избыток товара	30. Предложение товара всеми производителями, действующими на рынке

Задание 3.

Определите для каждого утверждения - ВЕРНО/НЕВЕРНО

1. Если утверждается, что две экономические цели являются взаимоисключающими, то это означает невозможность одновременного достижения обеих целей.
2. В экономической модели кругооборота товаров (услуг) и ресурсов домохозяйства предъявляют спрос на ресурсы.
3. В рыночной экономике государство должно заниматься распределением денежного дохода в обществе.
4. Под рациональным поведением в экономике понимается поведение, направленное на извлечение максимальной выгоды.
5. Неполное использование ресурсов в графической интерпретации означает, что производство располагается влево от линии производственных возможностей.
6. Кривая производственных возможностей иллюстрирует редкость, альтернативные издержки, альтернативный выбор.
7. Проблема «для кого производить» не может быть решена без государственного участия.

8. Важнейшая функция государства в рыночной экономике – создание свода законов, регулирующих поведение экономических субъектов.
9. Изменение потребительских предпочтений приводит к изменению объема спроса.
10. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет увеличение спроса на второй товар.
11. Любое изменение цен на ресурсы приведет к сдвигу точки равновесия спроса и предложения вверх или вниз по кривой спроса.
12. Рост цен на исходные ресурсы приведет к смещению кривой предложения влево (вверх).
13. При изменении прочих факторов и постоянной цене товара произойдет изменение самого спроса, что приведет к сдвигу линии спроса на графике.
14. Чаще всего спрос на молочные продукты менее эластичен, чем спрос на кефир
15. Покупатели более чувствительны к цене, если товар обладает уникальными свойствами
16. Вполне вероятно, что причиной падения цены на продукт является падение цен на производственные ресурсы.
17. Чем меньшую долю своего бюджета потребитель расходует на покупку какого-либо продукта, тем более эластичен спрос на этот продукт.
18. Если с увеличением цены товара уменьшается выручка, то спрос на данный товар является эластичным.
19. Эластичность предложения фирм, имеющих незагруженные производственные мощности выше, чем у фирм, полностью использующих основные производственные фонды.
20. Ценовая эластичность спроса будет выше на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши.

Решение практических ситуаций

Ситуация 1.

Определите объем сделок при цене 15 руб/шт, если функции спроса и предложения соответственно: $Q_D=1500-20p$, $Q_S=100+50p$.

Ситуация 2.

При цене билета на футбольный матч 300 рублей на стадион пришло 5 тысяч человек. Когда цена билета снизилась до 100 рублей, число болельщиков возросло до 15 тысяч человек.

Определите число болельщиков на стадионе при цене в 200 рублей, если считать функцию спроса линейной.

Ситуация 3.

При цене билета на футбольный матч 200 рублей на стадион пришло 30 тысяч человек. Когда цена билета поднялась до 450 рублей, число болельщиков сократилось до 5 тысяч человек.

Определите число болельщиков на стадионе при цене в 100 рублей, если считать функцию спроса линейной.

Ситуация 4.

Условие:

Функция спроса на товар: $Q_D = 15 - 2P$

Функция предложения: $Q_S = -2 + 3P$

Определите:

1. Равновесные цену и объем продаж.
2. Правительство ввело потоварную дотацию производителям в размере 1,5 руб. на единицу продукции.

Определите новые равновесные объем и цену.

3. Правительство ввело потоварный налог на товар в размере 1 руб. на единицу продукции. Налог уплачивается продавцами товара.

Определите новые равновесные объем и цену.

4. Правительство ввело фиксированную цену 2,5 руб. за единицу продукции.

Определите объем дефицита на рынке.

Ситуация 5.

При повышении цены на туристические путевки в Турцию в одной из турфирм с 500 евро до 800 евро объем спроса на них сократился с 50 шт. до 20 шт.

Определите:

- 1) эластичность спроса на путевки по цене;
- 2) изменение выручки продавца.

Сделайте выводы.

Ситуация 6.

При повышении цены на бензин с 25 руб. за литр до 29 руб. за литр, на одной из автозаправочных станций города объем спроса на бензин упал с 5000 литров в день до 4700 литров в день.

Определите:

- 1) эластичность спроса на бензин по цене;
- 2) изменение выручки продавца.

Сделайте выводы.

Ситуация 7.

Предприятие по производству головных уборов при месячном объеме выпуска (Q) в 1000 шляп несет постоянные издержки (FC) равные 150 тысяч рублей в месяц. Если труд является единственным переменным фактором, а его затраты составляют 500 рублей в час, то при объеме выпуска 2 шляпы в час рассчитать:

- а) средние переменные издержки (AVC) производства;
- б) средние издержки (AC) производства.

Ситуация 8.

Зависимость общих издержек предприятия (TC) от объема производства (Q) представлена таблицей:

Q	0	10	20	30	40	50
TC	100	175	195	240	300	380

При какой цене товара предприятие прекратит производство в долгосрочном периоде?

Ситуация 9.

Постоянные издержки, связанные с организацией дела по выпуску нового вида продукции, составили 5 млн. руб. Переменные издержки на изготовление единицы продукции будут предположительно равны 0,5 тыс.руб. предполагаемая цена на единицу товара – 2 тыс.руб. Какое количество изделий необходимо изготовить, чтобы получить прибыль в 1 млн. руб.?

Ситуация 10.

Фирма выпускает два вида товара. Один реализует по цене 265 руб. с годовым планом выпуска – 50 тыс. шт. Второй – по цене 520 руб., объем выпуска – 20 тыс. шт.

Какую валовую прибыль фирма рассчитывает получить, если себестоимость первого вида товара – 220 руб., а второго – 420 руб.?

Ситуация 11.

В корпорации принимается решение об открытии нескольких магазинов типа «мини-опт».

Их характеристики:

- узкая специализация (офисная бумага, типа формата А4);
- малая торговая площадь (помещение до 20 кв.м., либо выносная точка);
- минимальный торговый персонал (до двух человек);
- форма продажи – преимущественно мелкий опт.

Рассчитайте критический объем производства при заданных параметрах, приведенных в таблице, для одного магазина.

Параметр	Значение, руб.
Цена за единицу (бумага 80 д/т ² 500×А4)	224
Переменные расходы на единицу	180
Постоянные расходы (лицензия, аренда помещения, заработная плата торгового персонала) период - месяц	10000

Ситуация 12.

Имеются следующие данные по фирме о производстве двух товаров: «А» и «Б» (руб.).

Показатели	Товар «А»	Товар «Б»	Всего
Валовая выручка	9100	7400	16500
Переменные издержки	7000	6800	13800
Постоянные издержки			2300
Прибыль			400

Требуется оценить положение фирмы, рассчитав пороговую выручку, запас прочности.

Ситуация 13.

Компания владеет фабрикой, оборудование которой требует модернизации.

Имеются два варианта:

- 1) Потратить 40 тыс. \$ сейчас и получить 58 тыс. \$ через 3 года.
- 2) Потратить 40 тыс. \$ сейчас и получить 46 тыс. \$ через год.

Первоначальные затраты единовременные и не требуют других инвестиций в течение 4 лет. Требуемая норма прибыли – 10%. Какой вариант выбрать?

Ситуация 14.

Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана для рынка, на котором функционируют 4 фирмы с рыночными долями 35, 25, 25, 15

Дискуссионные вопросы.

1. Какой инструмент и почему играет роль «первой скрипки» в рыночном механизме? Объясните основные экономические функции цен в рыночном хозяйстве.
2. В России есть немало противников частной собственности на землю. Приведите сильные и слабые стороны аргументации авторов этой точки зрения.

3. Как вы понимаете утверждение о том, что цена предложения товара отражает издержки его производства? Обоснуйте. Почему цена предложения – это минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынок данное количество товара?
4. Влияет ли фактор времени на рыночное равновесие? Обоснуйте почему в текущем и краткосрочном периодах изменение спроса ведет к изменению цены товара, а в долгосрочном периоде наблюдаются прежде всего изменения в объемах предложения?
5. Объясните следующее утверждение: «Если рынок характеризуется низкой эластичностью спроса по цене, то производители отдают предпочтение неценовым формам конкуренции, таким как дифференциация продукта или условия поставки и послепродажного обслуживания».
6. Считаете ли вы правильным следующее высказывание: «Кривая спроса показывает, какую общую полезность получает потребитель при той или иной цене»?
7. Если фирма применяет обеспечивающее максимальный выпуск продукции отношение труда к капиталу, то гарантирует ли такое отношение ресурсов одновременно и наименьшие издержки? Обоснуйте ответ.
8. Что такое транзакционные издержки и почему без них в экономике никогда не появились бы фирмы?
9. «Чтобы добиться максимальной прибыли, фирма должна продать как можно больше продукции». Так ли это?
10. Компания «Газпром» является практически чистым монополистом. Как оценить ее деятельность с точки зрения эффективности? Обоснуйте.
11. Почему экономисты под капиталом подразумевают лишь физический капитал и не рассматривают деньги в качестве фактора производства?
12. Объясните, как каждая из фаз делового цикла воздействует на экономику? Почему экономисты так уверены в том, что экономические циклы – это механизм развития рыночной экономики. Можно ли происходившие в 90-е гг. в экономике России явления охарактеризовать с точки зрения существующих теорий экономического цикла?
13. Предположим, что правительство хочет сократить налоги, чтобы стимулировать экономику в период спада. Имеет ли значение, какие налоги сократить: с населения или корпораций?
14. Что произошло бы, если бы ЦБ получил от правительства инструкции о прекращении контроля за денежной массой страны?
15. Если наличность изымается из обращения и вкладывается в банк, означает ли это, что предложение денег сокращается? Какая дополнительная информация необходима для однозначного ответа на этот вопрос?

Тестовые задания

Блок 1. Рынок. Спрос и предложение. Эластичность спроса и предложения. Теория потребительского поведения на рынке.

1. Какое из этих положений не имеет отношения к определению предмета теоретической экономики?

- а) эффективное использование ресурсов;
- б) неограниченные производственные ресурсы;
- в) максимальное удовлетворение потребностей;
- г) редкость благ.

2. Экономические отношения – это:

- а) отношения между людьми, связанные с их повседневной жизнью;
- б) международные отношения, те, что складываются между отдельными странами;

- в) отношения между людьми, складывающиеся в процессе производства, распределения и потребления товаров и услуг;
- г) отношения, складывающиеся в политической, социальной и духовной жизни общества.

3. Какие два типа рынка включены в модель кругооборота?

- а) реальный и денежный;
- б) реальный и рынок продуктов и услуг;
- в) денежный рынок и рынок ресурсов;
- г) рынок продуктов и услуг и рынок ресурсов.

4. Какие из перечисленных ниже понятий не изучает микроэкономика:

- а) деятельность отдельной фирмы с целью получения максимальной прибыли;
- б) альтернативные затраты;
- в) воздействие, которое оказывает государство на отдельных участников рынка;
- г) инфляция.

5. Какие из перечисленных ниже понятий не изучает макроэкономика:

- а) поведение отдельного потребителя на рынке;
- б) международные экономические отношения;
- в) экономический рост;
- г) инфляция.

6. Понятие «ограниченность ресурсов» в экономике означает:

- а) ресурсы настолько велики, что у общества нет возможностей их полностью задействовать в производстве товаров и услуг;
- б) невозможно использовать имеющиеся в обществе ресурсы с максимальной выгодой;
- в) ресурсы, имеющиеся в распоряжении общества, недостаточно для удовлетворения всех его членов;
- г) экономические ресурсы не восполняются.

7. Экономическая модель «Граница производственных возможностей» демонстрирует:

- а) какие товары выгодно производить в обществе с ограниченными ресурсами;
- б) альтернативные варианты производства двух товаров при полном использовании всех ресурсов, имеющихся в распоряжении общества;
- в) невозможность использования всех ресурсов, имеющихся в распоряжении общества;
- г) какие технологии нужно использовать в производстве двух товаров.

8. Проблема «что производить» не стоит, если:

- а) предложение ресурсов настолько ограничено, что они должны быть использованы только для производства предметов потребления;
- б) экономика не достигла стадии, когда начинает действовать закон убывающей производительности факторов производства;
- в) предложение ресурсов достаточно и для того, чтобы производить предметы роскоши;
- г) каждый производственный ресурс специфичен, т.е. он может быть использован для производства только одного конкретного товара.

9. Альтернативные издержки нового стадиона – это:

- а) оплата его охраны и другого персонала;
- б) цена строительства стадиона в будущем году;
- в) изменение реальной ставки налога, которая выплачивается из дохода стадиона;
- г) цена других товаров и услуг, производство которых принесено в жертву строительства этого стадиона.

10. Выберите наиболее корректное определение понятия «рынок» в экономической теории.

- а) место, где осуществляется покупка и продажа товаров;
- б) механизм функционирования экономики, при котором государство не регулирует экономическую деятельность предприятий;
- в) организация общественного производства, при которой производители, ориентируясь на спрос покупателей, сами решают что, как и для кого они будут производить;
- г) это все производители и потребители товаров и услуг.

11. Какой из перечисленных ниже рынков не относится к классификации рынков по экономическому назначению:

- а) мировой рынок;
- б) рынок ценных бумаг;
- в) рынок товаров и услуг;
- г) рынок труда.

12. Вмешательство государства в рыночную экономику необходимо для того, чтобы:

- а) контролировать цены на рынках различных товаров;
- б) обеспечить эффективное использование ограниченных ресурсов;
- в) решать социально-экономические проблемы, возникающие в результате конкуренции;
- г) вести международную торговлю.

13. Какую зависимость отражает закон спроса?

- а) прямую зависимость количества покупаемого товара от его цены;
- б) обратную зависимость между количеством покупаемого товара и его ценой;
- в) прямую зависимость цены от качества товара;
- г) обратную зависимость объема предлагаемого товара от его цены.

14. Цена спроса на товар – это:

- а) та цена, по которой можно приобрести товар;
- б) самая низкая цена, по которой можно приобрести товар;
- в) максимальная цена, которую покупатель готов заплатить за этот товар;
- г) средняя цена, по которой продаётся этот товар.

15. В каком случае изменится объём спроса на пепси-колу:

- а) изменятся цены на другие прохладительные напитки;
- б) изменится цена на пепси-колу;
- в) повысятся доходы населения;
- г) фирма, выпускающая пепси-колу, увеличит расходы на рекламу.

16. Изменение объема спроса на отдельный товар произойдет...

- а) под воздействием потребительских вкусов;
- б) при улучшении качества товара;
- в) при изменении цены данного товара;
- г) при изменении цен на взаимодополняющие (комплементарные) товары.

17. Кривая спроса на товар «А» сместится вправо и вверх в результате...

- а) уменьшения числа покупателей;
- б) перехода на товар-субститут (взаимозаменяемый);
- в) повышения таможенных барьеров;
- г) увеличения доходов потребителей.

18. Какое из этих явлений не может быть следствием снижения потребительского спроса на продукт:

- а) падение прибыли в соответствующей отрасли;
- б) сокращение производства в отрасли;
- в) сокращение предложения продукта;
- г) рост цен на ресурсы, занятых в отрасли.

19. Накануне Нового года снижение цен на искусственные ёлки при прочих равных условиях, скорее всего:

- а) увеличит спрос на живые ёлки;
- б) уменьшит спрос на живые ёлки;
- в) увеличит объём продаж живых ёлок;
- г) может увеличить, а может уменьшить цены на живые ёлки.

20. Закон предложения утверждает:

- а) спрос и предложение взаимосвязаны;
- б) увеличение предложения товара вызовет снижение цены на товар;
- в) рост доходов населения вызовет увеличение предложения;
- г) при прочих равных условиях рост цен на товар вызовет увеличение объёма предложения товара.

21. Изменение объёма предложения товара произойдёт, если:

- а) изменится технология производства товара;
- б) изменится доход населения;
- в) изменится цена товара;
- г) повысятся налоги на товар.

22. Под воздействием какого фактора может уменьшиться предложение на товарном рынке?

- а) увеличения цены товара;
- б) уменьшения цены товара-заменителя;
- в) увеличения постоянных затрат;
- г) увеличения производительности труда.

23. Чем можно объяснить сдвиг кривой предложения на товар «А» влево и вверх?

- а) внедрением новых технологий;
- б) увеличением цен на исходные ресурсы;
- в) введением дотаций;
- г) увеличением числа производителей.

24. Совершенствование технологии сдвигает:

- а) кривую спроса вверх и вправо;
- б) кривую предложения вниз и вправо;
- в) кривую спроса вниз и вправо;
- г) кривую предложения вверх и влево.

25. Взаимозаменяемые товары (субституты)- это...

- а) такие пары товаров, для которых рост цены одного приводит к падению спроса на другой;
- б) товары первой необходимости;
- в) пары товаров, для которых рост цены одного приводит к росту спроса на другой;
- г) товары, для которых существует обратное соотношение изменения цены одного из них к изменению объема спроса на другой.

26. Фирма производит и продаёт два товара «А» и «Б». «А» имеет много заменителей ; «Б» занимает значительную долю в расходах потребителей.

Увеличение цены на каждый товар приведёт:

- а) к увеличению выручки от продажи товара «А» и сокращению выручки от продажи товара «Б»;
- б) к увеличению выручки от продажи товара «А» и товара «Б»;
- в) к сокращению выручки от продажи товара «А» и увеличению выручки от продажи товара «Б»;
- г) к сокращению выручки от продажи товара «А» и товара «Б».

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

- а) на товарном рынке;
- б) на рынке ресурсов;
- в) на валютном рынке;
- г) на любом рынке.

28. Равновесная цена на рынке товара – это:

- а) цена, по которой производители могут продать наибольшее количество своей продукции;
- б) цена, которая наиболее выгодна потребителям;
- в) цена, при которой объём спроса равен объёму предложения;
- г) цена, которая покрывает затраты производителей на производство товара.

29. Даны уравнение функции спроса на товар х: $Q_d = 8 - 2P$ и уравнение функции предложения $Q_s = -7 + 3P$. Равновесная цена этого товара...

- а) 2 руб.;
- б) 5 руб.;
- в) 9 руб.;
- г) 3 руб.

30. Что произойдёт с равновесной ценой товара, если предложение его останется неизменным, а спрос на него возрастет?

- а) возрастет;
- б) уменьшится;
- в) не изменится;
- г) изменится пропорционально изменению в спросе.

31. Как вероятнее всего, изменится положение точки равновесия при одновременном снижении себестоимости кофе и увеличении доходов населения?

- а) равновесный объём увеличится, а цена может измениться в любом направлении;
- б) равновесное количество увеличивается, а равновесная цена уменьшается;
- в) равновесные цена и количество увеличиваются;
- г) равновесные цена и количество могут измениться в любом направлении.

32. Если цена на рынке установится на уровне ниже равновесной цены, то:

- а) на рынке возникает дефицит товаров;
- б) на рынке возникает затоваривание;
- в) предложение товара сократится;
- г) увеличится спрос на товар.

33. Эластичность спроса по цене показывает:

- а) относительное изменение спроса на товар при относительном изменении доходов покупателей;
- б) зависимость спроса на товар от определяющих его факторов;
- в) как изменится спрос на товар в ответ на изменение предложения этого товара
- г) насколько изменится объём спроса в ответ на изменение цены этого товара.

34. Неэластичный спрос означает:

- а) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%;
- б) рост цены приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%;
- в) любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки;
- г) рост цены на 1% не влияет на величину спроса.

35. Магазин ежедневно продаёт 2000 шт. товара по цене 50 руб. При увеличении цены до 60 руб. магазин стал продавать 1500 шт. Какова эластичность спроса на данном участке кривой спроса?

- а) 1,25; б) -1,25; в) 0,5; г) -1,5.

36. Эластичность спроса по доходу показывает:

- а) относительное изменение объёма спроса на товар при относительном изменении цены этого товара;
- б) зависимость спроса на один товар от изменения цены другого товара;
- в) зависимость объёма спроса на товар от периода времени, в течение которого покупатели должны приобрести этот товар;
- г) как изменится спрос на товар при изменении доходов покупателей.

37. Товар является неполноценным, если:

- а) с увеличением доходов покупателей спрос на этот товар не изменяется;
- б) с увеличением доходов покупателей спрос на этот товар сокращается;
- в) рост спроса на этот товар опережает рост доходов;
- г) спрос на этот товар изменяется пропорционально изменению доходов.

38. Коэффициент перекрёстной эластичности спроса:

- а) всегда положителен;
- б) всегда отрицателен;
- в) всегда равен нулю;
- г) может быть положительным, отрицательным или нулевым.

39. Какой из перечисленных ниже факторов не оказывает влияния на эластичность предложения по цене?

- а) период времени, которым располагает продавец, чтобы отреагировать на изменение цены товара;
- б) наличие свободного, незагруженного производственного оборудования;
- в) возможность длительного срока хранения продукции;
- г) степень срочности приобретения товара для потребителя.

40. Эластичность предложения зависит главным образом:

- а) от числа товаров-заменителей;
- б) от периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен;
- в) от доли дохода потребителя, направляемого на покупку данного товара;
- г) от того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши.

41. Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать:

- а) разницу между общей и предельной полезностью;
- б) общую полезность;
- в) среднюю полезность;
- г) каждую из перечисленных величин.

42. Закон убывающей предельной полезности означает, что:

- а) отношение предельных полезностей к ценам на предметы роскоши меньше, чем на товары первой необходимости;
- б) полезность, приносимая каждой последующей единицей товара, убывает по мере увеличения количества приобретаемых товаров;
- в) отношение предельных полезностей к ценам одинаково для всех товаров;
- г) полезность приобретаемых товаров убывает по мере увеличения дохода потребителя.

43. Чтобы оказаться в положении равновесия (т.е. максимизировать полезность) потребитель должен:

- а) не покупать недоброкачественных товаров;
- б) быть уверенным, что цены всех приобретаемых им товаров пропорциональны общим полезностям;
- в) уравнивать предельные полезности последних единиц приобретаемых товаров;
- г) распределять доход таким образом, чтобы последний рубль, истраченный на покупку какого-либо товара, приносил такой же прирост полезности, как и рубль, истраченный на покупку другого товара.

44. Положение и наклон кривой безразличия для отдельного потребителя объясняется:

- а) его предпочтениями и размерами дохода;
- б) только ценами покупаемых товаров;
- в) только его предпочтениями;
- г) ценами покупаемых товаров и размерами его дохода.

45. Какое из следующих утверждений является неверным:

- а) каждая точка на кривой безразличия означает комбинацию двух товаров;
- б) каждая точка на бюджетной линии означает комбинацию двух товаров;
- в) все точки на кривой безразличия означают одинаковый уровень полезности;
- г) все точки на бюджетной линии означают одинаковый уровень полезности.

46. Если потребитель выбирает комбинацию, представленную точкой, лежащей на плоскости, ограниченной бюджетной линией, то он:

- а) максимизирует полезность;
- б) желает купить больше товаров, чем позволяет его бюджет;
- в) не полностью использует свой бюджет;
- г) находится в положении потребительского равновесия.

47. Предположим, что потребитель имеет доход в 800\$. Цена товара «А» равна 100\$, а цена товара «В» – 50\$. Какая из следующих комбинаций товаров находится на бюджетной линии?

- а) 8А и 1В;
- б) 7А и 1В;
- в) 6А и 6В;
- г) 5А и 6В.

48. Предельная норма замещения товара «А» товаром «В» означает:

- а) от какого количества единиц товара «А» потребитель готов отказаться в обмен на получение одной единицы товара «В», чтобы общая полезность осталась неизменной;
- б) в какой степени увеличивается предельная полезность, если потребление товаров «А» и «В» увеличивается на единицу;
- в) сколько единиц товара «В» потребитель покупает, когда его доход возрастает, а потребление товара «А» остаётся прежним;
- г) сколько единиц товара «А» потребитель приобретает, когда цена товара «В» уменьшается на 1 рубль.

49. Увеличение дохода потребителя графически выражается:

- а) в изменении наклона бюджетной линии;
- б) в параллельном сдвиге бюджетной линии вправо;
- в) в параллельном сдвиге бюджетной линии влево;
- г) в увеличении наклона бюджетной линии.

50. Эффект дохода имеет место в следующем случае:

- а) если доходы людей падают, они покупают меньше данного продукта;
- б) удешевление товаров приводит к тому, что потребитель может купить больше данного товара, не сокращая объём приобретения других товаров;
- в) объём покупок некоторых товаров сокращается по мере увеличения доходов людей;
- г) по мере того как доходы людей растут, они сберегают увеличивающуюся часть дохода.

Блок 2. Фирма в системе рыночных отношений. Теория фирмы

1. Главная функция фирмы состоит:

- а) в распределении дохода среди её работников;
- б) в создании новых рабочих мест;
- в) в создании новых видов продукции
- г) в объединении ресурсов для выпуска продукции

2. Главной целью функционирования любой коммерческой фирмы является:

- а) расширение рынка сбыта продукции;
- б) повышение качества продукции;
- в) получение максимальной прибыли;
- г) повышение зарплаты работникам.

3. В результате достижения основной коммерческой цели – получения максимальной прибыли, фирма реализует социальную задачу – удовлетворение общественных потребностей.

- а) да, так как государство предписывает выполнять социально-экономические задачи;
- б) нет, так как собственный интерес владельца бизнеса не зависит от нужд и потребностей общества;
- в) да, так как развитие бизнеса в условиях рыночной экономики способствует насыщению рынка товарами и услугами;
- г) нет, так как максимальная прибыль не всегда может быть получена за счёт увеличения продаж и расширения ассортимента.

4. Форма организации бизнеса, основанная на акционерном капитале, называется:

- а) монополией;
- б) корпорацией;
- в) картелем
- г) олигополией.

5. Единоличная фирма наиболее распространена:

- а) в автомобильной промышленности;
- б) в авиационной промышленности;
- в) в сельском хозяйстве;
- г) в химической промышленности.

6. Экономические издержки:

- а) включают в себя явные и неявные издержки, в том числе и нормальную прибыль;
- б) явные издержки, но не включают неявные;
- в) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки;
- г) все издержки выступают как неявные.

7. Какие из перечисленных затрат считаются неявными издержками фирмы?

- а) расходы на сырьё и материалы для производства продукции;
- б) заработная плата сотрудников производства;
- в) арендная плата за использование производственного помещения, которую фирма экономит, так как помещение находится в собственности;
- г) оплата транспортных услуг, оказываемых сторонней организацией.

8. От объёма производства продукции не зависят:

- а) общие постоянные издержки;
- б) средние постоянные издержки;
- в) совокупные (валовые) издержки;
- г) общие переменные издержки.

9. Постоянные издержки фирмы - это:

- а) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим на момент их приобретения;
- б) минимальные издержки производства любого объёма продукции при наиболее благоприятных условиях производства;
- в) издержки, которые несёт фирма даже в том случае, если продукция не производится;
- г) неявные издержки.

10. В долгосрочном периоде:

- а) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные;
- б) постоянные издержки растут быстрее, чем переменные;
- в) все издержки выступают как неявные;
- г) все издержки выступают как постоянные.

11. Какие из следующих изменений в составе производственных ресурсов меняют величину постоянных затрат компании в долгосрочном периоде?

- а) компания «Татнефть» строит новую нефтеперерабатывающую установку;
- б) производственная фирма «Новый стиль» нанимает ещё двести рабочих;
- в) фермер увеличивает количество применяемых на его участке удобрений;
- г) на фабрике «Красный Октябрь» вводится третья рабочая смена.

12. Общая сумма затрат в денежном выражении, связанная с производством и реализацией продукции, составляет:

- а) полную себестоимость продукции;
- б) материалоемкость продукции;
- в) производственную себестоимость продукции;
- г) издержки обращения.

13. В краткосрочном периоде фирма производит 600 единиц продукции. Средние переменные издержки составляют 3\$, средние постоянные – 0,5\$. Общие издержки:

- а) 3,5\$; б) 2100\$; в) 780\$; г) 2200\$.

14. Общая сумма полных затрат на производство – 40 млн. руб. Чистая прибыль, которую получает фирма в результате коммерческой деятельности – 6 млн. руб. Рентабельность составляет:

- а) 6,7%; б) 85%; в) 15%; г) 20%

15. Постоянные издержки, связанные с организацией дела по выпуску нового вида продукции, составили 5 млн. руб. Переменные издержки на изготовление единицы продукции будут предположительно равны 0,5 тыс.руб. предполагаемая цена на единицу товара – 2 тыс.руб. Какое количество изделий необходимо изготовить, чтобы получить прибыль в 1 млн. руб.?

- а) 5 тыс. шт.; б) 4 тыс. шт.; в) 3 тыс. шт.; г) 2 тыс. шт.

16. Фирма выпускает два вида товара. Один реализует по цене 265 руб. с годовым планом выпуска – 50 тыс. шт. Второй – по цене 520 руб., объём выпуска – 20 тыс. шт. Какую валовую прибыль фирма рассчитывает получить, если себестоимость первого вида товара – 220 руб., а второго – 420 руб.?

- а) 23,65 млн. руб.;
- б) 7,25 млн. руб.;
- в) 2,90 млн. руб.;
- г) 4,25 млн. руб.

17. Фактором максимизации прибыли является:

- а) формирование затрат;
- б) установление цен;
- в) выбор номенклатуры и ассортимента продукции;
- г) все ответы верны.

18. Чистая прибыль отличается от валовой прибыли на...

- а) величину полных затрат на производство и продажу товара;
- б) размер налогов и отчислений, пошлин и штрафов;
- в) стоимость используемого основного и оборотного капитала;
- г) ничем не отличается.

19. Какой из перечисленных показателей не отражает финансовый результат деятельности фирмы?

- а) стоимость основного капитала;
- б) выручка от реализации;
- в) валовая прибыль;
- г) чистая прибыль.

20. Под удельной маржинальной прибылью понимают:

- а) разницу между выручкой от продаж и общей суммой переменных издержек;
- б) разницу между оптовой ценой продукции и удельными переменными издержками;
- в) сумму прибыли от продаж и долю прочих прибылей и убытков;
- г) сумму прибыли от продаж и постоянных издержек.

21. Для того чтобы определить, какая маркетинговая стратегия является для фирмы наилучшей, нужно учитывать:

- а) позицию компании в отрасли;
- б) возможности и ресурсы компании;
- в) цели «выхода на рынок»;
- г) все ответы верны.

22. Компания, которая при проектировании своих маркетинговых стратегий в первую очередь учитывает развитие потребительских нужд и предоставление высшей потребительской ценности своим целевым потребителям, называется:

- а) компанией, ориентированной на конкурентов;
- б) компанией, ориентированной на потребителя;
- в) компанией, ориентированной на рынок;
- г) компанией, ориентированной на получение прибыли.

23. Представьте, что Вы – руководитель, ответственный за производство и сбыт марки «Номер 2» на рынке антисептических средств для полоскания рта. Известно, что торговой марке «Номер 1» принадлежит 60% национального рынка, и компания-лидер активно защищает свой рынок. Несколько более мелких компаний тоже работают довольно успешно. Тем не менее, Вы принимаете решение расширить свою деятельность на этом рынке. Какая стратегия подходит для достижения этой цели?

- а) совершенствование структуры затрат;
- б) поиск новых возможностей использования товара;
- в) завоевание потребителей конкурентов;
- г) все предложенные стратегии.

24. Компания «L», удерживая позицию ведущей мировой компании по производству парфюмерии, занимается поиском новых потребителей, новых возможностей применения товаров, стимулирование их более интенсивного потребления. Как называется стратегия, используемая компанией?

- а) стратегия расширения рынка;
- б) оборона лидирующей рыночной позиции;

- в) стратегия повышения производительности;
- г) обслуживание рыночной ниши.

25. Какую сумму необходимо положить под 12% годовых сроком на 4 года, чтобы в конце срока получить 50 тыс. руб.?

- а) 30 тыс. руб.;
- б) 31,78 тыс. руб.;
- в) 32,78 тыс. руб.;
- г) 38,78 тыс. руб.

26. Вы держите деньги на специальном банковском счёте, номинальная ставка процента по которому составляет 16,5%. Темп инфляции составляет 7% в год. При таких условиях реальная процентная ставка составит:

- а) 16,5%;
- б) 23,5%;
- в) 9,5%;
- г) 7%.

27. Если Вы можете заработать 35% за счёт инвестирования денег, а вместо этого держите их на специальном счёте, по которому выплачивается 16,5%, то альтернативная стоимость хранения Ваших денег (в %) равна:

- а) 35%;
- б) 51,5%;
- в) 18,5%;
- г) 716,5%.

28. Согласно национальному проекту женщина, родившая второго ребёнка, получает сертификат на получение «материнского капитала» в размере 368 тыс. руб. Воспользоваться средствами можно через три года после рождения ребёнка. Какова стоимость денег на момент рождения ребёнка при условии, что уровень инфляции составляет 10%?

- а) 300 тыс. руб.;
- б) 276,48 тыс. руб.;
- в) 368 тыс. руб.;
- г) 489,81 тыс. руб.

29. Качество инвестиционного проекта можно охарактеризовать всеми нижеприведёнными показателями, кроме:

- а) ставки дисконтирования;
- б) внутренней нормы доходности;
- в) индекса производительности;
- г) периода окупаемости.

30. Временной интервал, в течение которого сумма чистых доходов окупит инвестиции в проект, называется:

- а) периодом окупаемости;
- б) периодом роста доходов;
- в) периодом снижения доходов;
- г) неприбыльным периодом.

31. Внутренняя ставка доходности проекта - это:

- а) ставка дисконтирования, т.е. процент ожидаемой прибыли;
- б) ставка дисконтирования, при которой может быть получен минимальный из всех возможных вариантов ЧДД проекта;
- в) ставка дисконтирования, при которой может быть получен минимальный из всех возможных вариантов окупаемости проекта;
- г) ставка дисконтирования, при которой может быть получен нулевой ЧДД проекта.

32. Отношение приведённых (дисконтированных) денежных доходов к инвестиционным расходам – это:

- а) период окупаемости;
- б) индекс доходности;
- в) чистый дисконтированный доход;
- г) внутренняя норма доходности.

33. К какой группе относится риск понесения убытков вследствие изменения государственной политики?:

- а) инвестиционный риск;
- б) рыночный риск;
- в) политический риск;
- г) финансовый риск.

34. Уровень допустимого риска предполагает возможность:

- а) потери всех активов инвестора, вложенных в проект;
- б) потери всей суммы валовой прибыли;
- в) потери возможности получить доход от проекта;
- г) потери всей суммы чистой прибыли.

35. Страхование рисков представляет собой:

- а) выбор некоррелированных друг с другом процессов;
- б) передачу рисков страховой компании за вознаграждение;
- в) создание резервов;
- г) распределение риска между участниками процесса.

Блок 3. Типы рыночных структур

1. Абсолютная экономическая эффективность характеризует:

- а) экономические преимущества одного варианта по сравнению с другим;
- б) общую величину отдачи (эффекта), которая может быть получена в результате осуществления затрат;
- в) наилучший экономический вариант;
- г) минимальную альтернативную стоимость затрат, используемых в процессе производства.

2. Свойство товара или услуги выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами или услугами называется:

- а) ликвидность;
- б) конкурентоспособностью;
- в) целесообразностью;
- г) рыночной характеристикой

3. Какой из этих признаков свидетельствует об ограничении конкуренции в отрасли:

- а) уровень прибыли ниже нормального для данной экономики;
- б) неспособность фирм данной отрасли к расширению производства;
- в) невозможность другим фирмам «войти» в данную отрасль;
- г) более низкий отраслевой уровень оплаты труда, чем в среднем по стране.

4. Конкурентное преимущество компании над конкурентами не может приобретаться:

- а) посредством предложения потребителям большей ценности;
- б) за счёт предложения товаров и услуг по более низким по сравнению с конкурентами ценами;
- в) за счёт предложения товаров и услуг по более высоким по сравнению с конкурентами ценами;
- г) за счёт предоставления потребителям больших выгод, которые в достаточной мере компенсируют более высокие цены на товары и услуги.

5. Факторы, влияющие на конкурентоспособность:

- а) внешние, внутренние;
- б) внутренние;
- в) зависимые;
- г) независимые

6. Выберите наиболее важное условие совершенной конкуренции:

- а) государство не вмешивается в работу рынка;
- б) действие экономических законов на рынке запрещено;
- в) на рынке много продавцов и много покупателей;
- г) фирмы, действующие на рынке, не применяют планирование.

7. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы:

- а) имеет отрицательный наклон;
- б) горизонтальная линия при данном уровне цен;
- в) вертикальная линия при данном объёме предложения;
- г) имеет положительный наклон.

8. В условиях совершенной конкуренции цена определяется пересечением спроса и предложения:

- а) всегда;
- б) никогда;
- в) в краткосрочном периоде;
- г) в долгосрочном периоде

9. На рынке совершенной конкуренции при известных спросе и предложении в точке равновесия объём сделок:

- а) максимальный;
- б) ниже, чем при директивном снижении цен;
- в) минимальный;
- г) может быть увеличен при установлении цены ниже равновесной.

10. В каком случае предложение происходило на совершенно конкурентном рынке?

- а) марочный бензин на заправочной станции, расположенной на автобазе;
- б) гостиница в маленьком городе;
- в) хлопок определённого стандарта на товарной бирже;
- г) киоск, установленный директором на территории завода.

11. Если цена продукта недостаточна, чтобы покрыть средние затраты на его производство, то фирма должна:

- а) остановить производство;
- б) выбрать новую технологию;
- в) продолжать производство товаров на уровне, где $p=MC$, если $p > \min AVC$;
- г) продолжать производство до тех пор, пока цена покрывает все постоянные издержки.

12. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объём выпуска, при котором:

- а) предельные издержки равны цене продукта;
- б) предельные издержки равны общим издержкам;
- в) предельный доход равен предельным издержкам;
- г) предельный доход равен общим издержкам.

13. Максимизирующий прибыль монополист всегда выбирает такой объём производства, чтобы спрос на его продукцию был при этом:

- а) неэластичным или единичной эластичности;
- б) эластичным или единичной эластичности;
- в) единичной эластичности;
- г) любым, так как монополиста не волнует эластичность продукции.

14. Ценовая дискриминация - это

- а) различие в оплате труда по национальности и полу;
- б) повышение цены на товар более высокого качества;
- в) продажа одной и той же продукции различным покупателям по разным ценам;
- г) всё перечисленное.

15. 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 один крупный покупатель.

16. «Ломанная» кривая спроса для олигополиста обязательно предполагает:

- а) разрыв в кривой предельного дохода;
- б) разрыв в кривой предельных издержек;
- в) что поведение фирмы не оптимально;
- г) что цена товара не должна быть выше предельного дохода.

17. Фирма-олигополист в нарушение имеющейся предварительной договорённости установила цену ниже, чем у конкурентов с целью увеличения своей доли рынка. Как называется разновидность такого ценового поведения?

- а) олигополистический сговор;
- б) «молчаливое согласие»;
- в) «ценовое лидерство»;
- г) «война цен».

18. Рынок, какого товара в России может быть охарактеризован как олигополия?

- а) автомобиль;
- б) электрический чайник;
- в) пшеница;
- г) стиральный порошок.

19. На рынке монополистической конкуренции фирма может рассчитывать на рост спроса на свою продукцию:

- а) при снижении цены товара конкурирующей фирмы;
- б) при увеличении цены товара конкурирующей фирмы;
- в) при увеличении цены на дополняющие товары;
- г) при увеличении цены на свою продукцию.

20. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

- а) выпускают дифференцированные товары;
- б) на рынке оперируют множество покупателей и множество продавцов;
- в) выпускаются однородные товары;
- г) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции её конкурентов.

Ответы к тестовым заданиям

Блок 1: Рынок. Спрос и предложение. Эластичность спроса и предложения.

Теория потребительского поведения на рынке

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
б	в	г	г	а	в	б	г	г	в	а	в	б	в	б	в	г	г	б	г	в	в	б	б	в

26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
г	г	в	г	а	а	а	г	а	г	г	б	г	г	б	б	б	г	в	г	в	г	а	б	б

Блок 2: Фирма в системе рыночных отношений. Теория фирмы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
г	в	в	б	в	а	в	а	в	а	а	а	б	в	б	г	г	б	а	б	г	б	в	а	б

26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
в	в	б	в	а	г	б	в	г	б

Блок 3: Типы рыночных структур

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
б	б	в	в	а	в	б	а	а	в	в	в	б	в	в	а	г	а	б	б

4.3. Программные продукты учебного назначения и бизнес-приложения, которые преподаватели могут рекомендовать для слушателей.

В Системе управления обучением «MODUL» размещены следующие электронные обучающиеся материалы:

1. Электронный учебник по курсу «Основы экономической теории».
2. Обучающая система по курсу «Экономическая теория» (Раздел «Макроэкономика»).
3. Мультимедийная обучающая система по курсу «Экономическая теория» для профессиональной переподготовки специалистов.
4. Мультимедийная контрольно-обучающая система по курсу «Экономическая теория» (Раздел «Основы экономической теории»).
5. Мультимедийный вариант по курсу «Экономическая теория» (Раздел «Микроэкономика»).
6. Анимационная обучающая система по курсу «Экономическая теория» (Раздел «Микроэкономика»).
7. Электронный обучающий тренажер «Экономика для менеджеров».

4.4. Информационно-аналитические материалы по вопросам деятельности ведущих зарубежных и российских организаций (предприятий) – отчеты, документы фирм, публикации в периодической печати и т.п.

Интернет-ресурсы

Информационно-аналитический журнал "Эксперт"	www.expert.ru
CyberEconomics	http://ingrimayne.com/econ/index.htm
State University of New York	http://www.oswego.edu
CENGAGE Learning Higher Education Catalog	http://www.cengage.com/highered/
Новостной проект Infox.ru. Новости бизнеса и политики	http://infox.ru/
РБК Daily – Ежедневная деловая газета	http://www.rbcdaily.ru
International Labour Organization	http://www.ilo.org
Банк России	http://www.cbr.ru
Лента новостей	http://www.afn.by/news
Интернет-журнал Рабкор.ру – новости, аналитика, комментарии	http://www.rabkor.ru/
Деловая газета «Взгляд.ру»	http://vz.ru/
«Новые известия» - ежедневная общероссийская газета	http://newizv.ru/
Информационное агентство «РОСБАЛТ»	http://www.rosbalt.ru/
Глобализация, ВТО и Новые Независимые государства	http://www.trade.ecoaccord.org/
Деловые новости и блоги	http://slon.ru/
Газета.ru	http://www.gazeta.ru
Независимая газета	http://www.ng.ru
Федеральная служба государственной статистики	http://www.gks.ru
Федеральная таможенная служба России	http://www.customs.ru
А.Т. Kearney	http://www.atkearney.com
Eurostat	http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/
International Energy Agency	http://www.iea.org/index.asp
International Monetary Fund	www.imf.org
Organisation for Economic Cooperation and	http://www.oecd.org

Development	
UNESCO Institute for Statistics	http://www.uis.unesco.org
World Bank	http://www.worldbank.org
World Economic Forum	http://www.weforum.org
World Trade Organization	www.wto.org
Российская ассоциация международных исследований (РАМИ)	www.rami.ru
Ведомости	www.vedomosti.ru
Gateway to the European Union	http://europa.eu/index_en.htm
Организация ООН по промышленному развитию (ЮНИДО)	http://www.unido.org
Центр новостей ООН	http://www.un.org/russian/news
РосБизнесКонсалтинг. Главные новости	http://top.rbc.ru
Новости гуманитарных технологий: экспертно-аналитический портал о рынке гуманитарных технологий в России и за рубежом	http://gtmarket.ru/news
Журнал "Финанс"	http://www.finansmag.ru
Газета "Экономика и жизнь"	www.eg-online.ru
Информационное агентство "Финмаркет" (группа Интерфакс)	www.finmarket.ru
Служба распространения пресс-релизов	www.press-release.ru
Информационно-аналитическая газета "Деньги"	www.dengi-info.com
Коммерсантъ	http://www.kommersant.ru/
Экономика России: XXI век	http://www.ruseconomy.ru/
Вести: информационный канал	www.vesti.ru
Пресс-экспресс: рекламно-информационная газета	www.press-express.ru
Публикации иностранных СМИ	www.inosmi.ru
Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства	www.allmedia.ru
Мировая экономика	www.ereport.ru
К2Капитал: информационно-аналитический портал	http://www.k2kapital.ru/
Журнал "Экономическое обозрение"	http://www.review.uz/
Иностранная пресса о России и не только	www.inopressa.ru
Россия в глобальной политике: журнал о мировой политике и международных отношениях	www.globalaffairs.ru
Central Intelligence Agency. The World Factbook	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html
Wikipedia	http://www.wikipedia.org/
National Institute Economic Review	http://ner.sagepub.com/

4.5. Библиография.

Учебный процесс в полном объеме оснащен учебной литературой. Учебные пособия, периодические издания и законодательные акты, необходимые для подготовки

слушателей к практическим занятиям и экзамену представлены в полном объеме в библиотечном фонде СГЭУ.

Рекомендуемая литература:

1. Н. Грегори Мэнкью. Принципы микроэкономики./ Учебник для вузов. 4-е изд. - «Питер», 2010. 0- 544 с.
2. Чеканский, А. Н. Управленческая экономика: Практика применения [Текст] : учеб. пособие / В. А. Коцова, С. Е. Варюхин. - М. : Дело, 2015. - 170 с. ; 60x90/16. - (Образовательные инновации). - ISBN 978-5-7749-1051-9 : 265 р. 40 к.
3. Стадвелл, Джо. Азиатская модель управления. Удачи и провалы самого динамичного региона в мире [Текст] . - Пер. с англ. В. Скворцова. - М. : Альпина Паблишер, 2017. - 536 с. ; 70x100/16. - Библиогр.: с. 522 - 535. - ISBN 978-5-9614-6128-2 : 914 р.
4. Микроэкономика. Макроэкономика: сборник кейсов: учеб. пособие для преподавателей. / А. В. Аносова, И. В. Зороастрова [и др.]; под ред. С. Ф. Серёгиной, А. В. Аносовой. — М.: Маркет ДС, 2009. — 384 с.
5. Аллен, Роберт. Глобальная экономическая история [Текст] : краткое введение. - Пер. с англ. Ю. Каптуревского. - М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2017. - 224 с. ; 84x108/32. - Библиогр.: с. 215 - 222. - ISBN 978-5-93255-480-7 : 464 р.
6. Розанова Н.М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов. Учебник. - ЮРАЙТ-ИЗДАТ, 2012. – 589с.
7. Елисеев А.С. Экономика. Бизнес-курс МВА. Учебник. – М. : Дашков и К , 2009. – 497 с.
8. Экономика для бизнеса и менеджмента / А. Гриффитс, С. Уолл; Пер.с англ. Я. И. Невмержицкий. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 916 с.
9. Экономическая теория. Кейсы из российской практики. Бакалав РИА : учебное пособие / кол. авторов ; под ред. Н.Н. Думно и М.А. Эскиндарова. — М. : КНОРУС, 2009. — 256 с.
10. Экономическая теория. Кейсы из российской практики. Бакалав РИА : учебное пособие / кол. авторов ; под ред. Н.Н. Думная и М.А. Эскиндарова. — М. : КНОРУС, 2009. — 256 с.
11. <http://www.alleng.ru/edu/econom3.htm> - Образовательные ресурсы Интернета по экономике

Периодические издания (Журналы)

- Вопросы экономики
- Инвестиции в России
- Инновации
- Мировая экономика и международные отношения
- Общество и экономика
- Российский экономический журнал
- Экономист и др.