**Карта тестовых заданий**

**Компетенция** ПК.1 Способен проводить экономический анализ деятельности организации

**Индикатор** ПК-1.1 Проводит расчет и анализ экономических и социально-экономических показателей, характеризующих функционирование и результативность отраслевого рынка

**Дисциплина** Экономика отраслевых рынков

**Описание теста:**

1. Тест состоит из 70 заданий, которые проверяют уровень освоения компетенций обучающегося. При тестировании каждому обучающемуся предлагается 30 тестовых заданий по 15 открытого и закрытого типов разных уровней сложности.

2. За правильный ответ тестового задания обучающийся получает 1 условный балл, за неправильный ответ – 0 баллов. По окончании тестирования, система автоматически определяет «заработанный итоговый балл» по тесту, согласно критериям оценки

3 Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет – 100 баллов.

4. Тест успешно пройден, если обучающийся правильно ответил на 70% тестовых заданий (61 балл).

5. На прохождение тестирования, включая организационный момент, обучающимся отводится не более 45 минут. На каждое тестовое задание в среднем по 1,5 минуты.

6. Обучающемуся предоставляется одна попытка для прохождения компьютерного тестирования.

**Кодификатором** теста по дисциплине является раздел рабочей программы «4. Структура и содержание дисциплины (модуля)»

**Комплект тестовых заданий**

**Задания закрытого типа**

**Задания альтернативного выбора**

*Выберите* ***один*** *правильный ответ*

**Простые (1 уровень)**

1 Профессорами Гарвардской школы Э. Мэйсон и Д. Бэйн была разработана парадигма:

1. **"Структура – поведение – результат"**
2. "База – структура – результат "
3. "Структура – поведение – исследование "

2 Сокращение интенсивности труда одного из работников никак не сказывается прямым образом на совокупном продукте фирмы и может остаться незамеченным, а следовательно, искушает работников трудиться не в полную силу – это:

а)Проблема зайца

б)Проблема ленивого работника

**в)Проблема безбилетника**

3 Для олигополии характерны признаки:

**а) В отрасли присутствует две или несколько фирм (обычно до 10) так, что отрасль не является чисто монополизированной.**

б) Кривая спроса каждой фирмы имеет восходящий характер, поэтому в отрасли не действуют правила совершенной конкуренции.

в) В отрасли функционирует по крайней мере одна крупная фирма, любое действие которой не вызывает ответную реакцию конкурентов

4 Ситуация, при которой одинаковые товары фирма продает различным покупателям по различным ценам, в зависимости от их платежеспособности называется:

а) ценовой дифференциацией

б) продуктовой дифференциацией

**в) ценовой дискриминацией**

г) половой дискриминацией

5 Термин Market share означает

1. дисперсия рыночных долей;
2. затраты на маркетинг;
3. сегмент рынка;
4. **доля рынка**.

6 «Хозяйствующий субъект» в политике поддержки конкуренции, это-

1. индивидуальный предприниматель;
2. индивидуальный предприниматель и коммерческая организация;
3. **индивидуальный предприниматель, коммерческая организация, а также некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход;**
4. фирмы и банки;

**Средне –сложные (2 уровень)**

7 Экономика отраслевых рынков, как отдельная область экономических исследований, зародилась и развивалась на базе:

а) Гарвардской школы

б) Чикагской школы

в) **верны ответы а) и б)**

г) нет правильного ответа

8 Структура рынка определяется:

**а) количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации**

б)законодательством государства

в)потребностями покупателей

г)сговором предпринимателей

9 Индекс Херфиндаля — Хиршмана показывает, что:

а) чем меньше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке

б) чем больше значение индекса, тем ниже концентрация продавцов на рынке

**в) чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке**

10 Индекс Лернера определяет:

а)степень концентрации

б)общее число фирм

в)долю фирмы на рынке

**г)монопольную власть**

11Экономист, который первым стал изучать концентрацию производства в ключевых сферах экономики

а) Альфред и Мэри Mapшалл

**б) Дж. Робинсон и Э. Чемберлин**

в) А. Смит и Д. Риккардо

12 Примером применения двухчастного тарифа являются товары:

а) книги и компьютерные игры

**б) фотоаппараты и фотопленка**

в) молоко и кока-кола

13 Потребитель стремится максимизировать:

1. Экономический эффект
2. Среднюю полезность
3. **Общую полезность**

14 К последствиям вертикальной интеграции относится все *кроме*:

1. создания барьеров входа на рынок;
2. укрепления монопольной власти фирмы на рынке;
3. снижения производственных издержек и трансакционных затрат;
4. **снижение издержек по управлению**

15 Общие издержки производства представляют собой:

1. Затраты, переносимые на стоимость готового изделия в полном объеме
2. Совокупные затраты предприятия, понесенные им за один производственный цикл
3. **Совокупные затраты предприятия, понесенные им на одной стадии производства**

16 К целям государственной антимонопольной политики НЕ относится:

1. обеспечение эффективности производства и распределения ресурсов в экономике
2. предотвращение нежелательных рыночных структур
3. **помощь одним группам экономических агентов за счет других**

17 Термин Fair competition означает:

1. **добросовестная конкуренция**
2. конкуренция как результат
3. совершенная конкуренция
4. конкурентный рынок

18 К стратегическим барьерам входа относится:

1. емкость рынка
2. объем капитальных вложений, необходимый для организации безубыточного производства в отрасли
3. **дополнительные инвестиции в оборудование**
4. доступ к более качественным источникам сырья
5. состояние инфраструктуры рынка

19 Барьеры входа — это:

1. B) факторы только объективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовать безубыточное производство в отрасли
2. факторы только субъективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовать безубыточное производство в отрасли
3. **все факторы объективного или субъективного характера, которые ведут к падению прибыли старых фирм в отрасли ниже монопольного уровня**
4. все факторы объективного или субъективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовать безубыточное производство в отрасли.

20 Дифференциация продукта имеет место до тех пор, пока сами потребители расценивают разные товарные марки в качестве несовершенных заменителей. Так ли это?

1. **да**
2. нет
3. зависит от покупательской способности

21 Если в модели Хотеллинга цены не фиксированы, то:

1. **цены двух фирм будут отличаться только на величину транспортных расходов**
2. цена фирмы, первой начинающей игру, будет выше
3. цена фирмы, второй начинающей игру, будет выше
4. ценовое равновесие фирм нестабильно
5. цены двух фирм будут одинаковыми

22 Верно следующее утверждение

1. **В отличие от рынка с совершенной конкуренцией каждая из фирм олигополистов при формировании своей экономической политики вынуждена принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов**.
2. В отличие от рынка с совершенной конкуренцией каждая из фирм олигополистов при формировании своей экономической политики не принимает во внимание реакцию со стороны конкурентов.
3. Нет верного ответа

**Сложные (3 уровень)**

23 На рынке обуви индекс Херфиндаля — Хиршмана составляет 800. Фирмы «Красивая обувь» и «Практичная обувь» решили объединиться в единый холдинг «Красивая и практичная обувь». Антимонопольный комитет данной страны:

1. **разрешит сделку;**
2. разрешит сделку только, если доля нового холдинга не превысит 5% рынка;
3. запретит сделку в любом случае;
4. разрешит сделку только, если новый холдинг обязуется снабжать Комитет обувью в первую очередь.

24 Какая из предпосылок характерна для модели Курно:

1. **Две фирмы производят однородный товар**
2. Фирмам не известна кривая рыночного спроса
3. Фирмы принимают решения о производстве, совещаясь друг с другом
4. Каждая из фирм предполагает выпуск конкурента изменяющимся

25 Нельзя ожидать повышения числа участников рынка при следующей комбинации изменений

1. спрос растет, издержки производства растут, издержки входа снижаются
2. **спрос снижается, издержки производства растут, издержки входа растут**
3. спрос снижается, издержки производства снижаются, издержки входа растут

**Задания на установление соответствия**

*Установите соответствие между левым и правым столбцами.*

**Простые (1 уровень)**

26 Установите соответствие:

**(1А, 2Б)**

1. Гарвардская школа
2. Чикагская школа

А) Э.С. Мэйсон и Дж. Бэйн

Б) Дж. Стиглер

В) А.Смит

27 Установите соответствие:

**(1А, 2В)**

1 

2 

А) индекс концентрации

Б) индекс Лернера

В) индекс Херфиндаля-Хиршмана

**Средне-сложные (2 уровень)**

28 Установите соответствие:

**(1В, 2А)**

1 издержки, связанные с выполнением внутренних контрактов

А)трансакционные издержки

Б) валовые издержки

В) издержки контроля

1. затраты (явные и неявные) на обеспечение

 выполнения внешних контрактов

29 Установите соответствие:

**(1А, 2Б)**

1. Типы рыночных границ, отражающие способность товаров заменять друг друга в потреблении

 2 Типы рыночных границ, характеризующие исследуемый

А) продуктовые границы

Б) временные границы

В) пространственные границы

временной интервал, а также границы

 эксплуатации

30 Установите соответствие:

**(1А, 2Б)**

1 Различение потребителями потребительских свойств товаров, удовлетворяющих разные вкусы. Выбор потребителя в этом случае определяется приверженностью той или иной торговой марке.

2 Различение потребителями качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы. В этом случае выбор потребителя определяется его уровнем дохода

А) горизонтальная дифференциация

Б) вертикальная дифференциация

В) стремительная дифференциация

31 Установите соответствие:

**(1А, 2Б)**

1 Модель линейного города

2 Модель кругового города

А) модель Хотеллинга

Б) модель Салопа

В) модель Ланкастера

32 Установите соответствие:

**(1В, 2А)**

1 разница между бухгалтерской прибылью фирмы и величиной нормальной прибыли

2 величина прибыли, которая дает уровень рентабельности, нормальный для данной отрасли или экономики

А) Нормальная

Б) Бухгалтерская

В) Экономическая

33 Установите соответствие:

**(1Б, 2А, 3В)**

1 Goods market

1. Money market
2. Capital market

А) Рынок денег

Б) Рынок товаров и услуг

В) Рынок капитала

Г) Рынок валюты

34 Установите соответствие:

**(1В, 2Д, 3Г, 4Б, 5А)**

1. рынок совершенной конкуренции
2. рынок работающей конкуренции
3. рынок монополистической конкуренции
4. олигополия и олигопсония
5. монополия/монопсония
6. чистая конкуренция

А) рынок цемента в России

Б) производство теннисных мячей

В) рынки сельскохоз продуктов

Г) ресторанный бизнес

Д) розничные сети магазинов;

**Сложные (3 уровень)**

35 Установите соответствие:

**(1А, 2Б)**

1 Нестратегические барьеры

2 Стратегические барьеры

1. Абсолютные барьеры
2. Ограничивающие барьеры

А) относительное преимущество в издержках; административные барьеры; состояние инфраструктуры рынка; качество товара и репутация фирмы; криминальные барьеры

Б) дополнительные инвестиции в оборудование; продуктовая дифференциация; долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями; репутация «жесткого» конкурента

**Задания открытого типа**

**Задания на дополнение**

*Напишите пропущенное слово.*

**Простые (1 уровень)**

36 Э.С. Мэйсон и Дж. Бэйн предложили методологическую основу для исследования отраслевых рынков, получившую название парадигма «Структура-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_- результативность» **(поведение)**

37 Совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии \_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(отрасль)**

1. Определенное строение рынка (тип рыночной структуры), при котором сторона предложения представлена небольшим числом сравнительно крупных фирм-продавцов однородной или сходной по своим характеристикам продукции \_\_\_\_\_\_\_\_ **(олигополия)**

39 Продукцию, которая различима потребителями по отличным от цены свойствам, и не является совершенно взаимозаменяемой, хотя и удовлетворяет одни и те же потребительские предпочтения. называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(дифференцированной, дифференцированная)**

40 Модель \_\_\_\_\_\_\_\_ города (модель Хотеллинга) **(линейного, линейный)**

1. Рынок, состоящий из двух фирм, называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(дуополия, дуополией)**

42 Понятие Natural monopoly означает: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ монополия **(естественная)**

**Средне-сложные (2 уровень)**

43 Вид дифференциации, который заключается в различении потребителями качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы. В этом случае выбор потребителя определяется его уровнем дохода. Называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(вертикальной, вертикальная)**

44 Прибыль, которая определяется как разница между бухгалтерской прибылью фирмы (то есть фактически полученной прибылью) и величиной нормальной прибыли, называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(экономическая, экономической)**

45 Показатель, который представляет собой сумму рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке, называют индексом \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(концентрации, концентрация)**

46 Выбор потребителем места покупки в зависимости от его оценки ряда специфических товаров "лидеров по потерям". Называют эффект \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(якоря, «якоря»)**

47 Использование оборудования фирмой на правах аренды называется\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(лизинг, лизингом)**

48 Разделение покупателей на отдельные категории в соответствии с их ценовыми предпочтениями, называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ рынка **(сегментация, сегментацией, сегментирование)**

49 Интеграция, при которой происходит процесс объединения в рамках одной фирмы последовательных стадий выпуска продукта, называется\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(вертикальная, вертикальной)**

50 Для модели Курно характерна следующая предпосылка:\_\_\_\_\_\_\_\_\_ фирм(ы) производят однородный товар (укажите количество) **(2, два, две)**

51 Модель Хотеллинга показывает, что товарные марки отличаются друг от друга только одним показателем - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ от потребителя **(удаленностью, удаленность, расстоянием, расстояние)**

52 Совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(рынок)**

1. По российскому законодательству фирма не признается доминирующей, если ее доля \_\_\_\_\_\_\_\_\_35% **(меньше, ниже)**

54 Присоединение какой-либо фирмы к другой, при этом присоединяемая фирма полностью теряет свою самостоятельность. называется\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(поглощение, поглощением)**

55 Все факторы, которые препятствуют фирме уйти из отрасли, не неся значительных потерь.\_\_\_\_\_\_\_\_ выхода **(барьер, барьеры)**

56 Рынок одного покупателя. называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(монопсония, монопсонией, манапсония)**

57 Исключительное право собственности на изобретение, действительное в течение определенного срока. Относится к продуктам, процессам, веществам и дизайну \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(патент)**

58 Выпуск различных видов товара (разных товарных марок) одной и той же товарной категории. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ товара **(дифференциация, дифференциацией)**

59 Назначение разных цен на товар в разные периоды времени. называют межвременной \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(дискриминацией, дискриминация, дескриминация)**

60 Соглашение о разделе рынков сбыта, называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(картель, картелью)**

61 Чем больше значение индекса Херфиндаля — Хиршмана, тем \_\_\_\_\_\_\_\_\_концентрация продавцов на рынке **(выше, больше)**

62 Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если объем спроса и предложения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(одинаковы, одинаковые, равны, равные)**

63 Назовите стадию жизненного цикла товара, когда рынок характеризуют наиболее высокими затратами на выход (барьерами выхода)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(зрелость, расцвет, пик)**

64 Цена, которая будет быстро меняться в условиях изменения спроса и предложения называется \_\_\_\_\_\_ **(эластичной, эластичность)**

65 Коэффициент Лернера, величина показателя монопольной власти находится в пределах от 0 до \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(1, одного, один)**

66 Потребителями происходит различение продукции, исходя из торговой марки **п**ри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ дифференциации продукции **(горизонтальной, горизонтальная)**

**Сложные (3 уровень)**

67 Долгосрочные вложения капитала в объекты различных отраслей, предпринимательские проекты, инновации с целью получения прибыли называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(инвестицией, инвестициями, инвестиция)**

68 «Грабительское ценообразование» на рынке доминирующей фирмы – это политика, при которой цена намного \_\_\_\_\_\_\_\_ средних издержек производства фирм конкурентного окружения **(ниже, меньше)**

69 Дифференциация продукта ведет к тому, что \_\_\_\_\_\_\_\_\_ рыночная власть фирмы **(увеличивается, растет)**

70 Реклама является фактором \_\_\_\_\_\_\_\_ дифференциации **(продуктовой, продуктовая)**

**Карта учета тестовых заданий (вариант 1)**

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | ПК.1 Способен проводить экономический анализ деятельности организацииИндикатор  |
| Индикатор | ПК-1.1 Проводит расчет и анализ экономических и социально-экономических показателей, характеризующих функционирование и результативность отраслевого рынка |
| Дисциплина | Экономика отраслевых рынков  |
| Уровень освоения | Тестовые задания | Итого |
| Закрытого типа | Открытого типа |
| Альтернативный выбор | Установление соответствия/ последовательности | На дополнение |
| 1.1.1 (20%) | 6 | 2 | 7 | 15 |
| 1.1.2 (70%) | 16 | 7 | 24 | 487 |
| 1.1.3 (10%) | 3 | 1 | 4 | 8 |
| Итого: | 25 шт. | 10 шт. | 35 шт. | 70 шт. |

**Карта учета тестовых заданий (вариант 2)**

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | ПК.1 Способен проводить экономический анализ деятельности организацииИндикатор  |
| Индикатор | ПК-1.1 Проводит расчет и анализ экономических и социально-экономических показателей, характеризующих функционирование и результативность отраслевого рынка |
| Дисциплина | Экономика отраслевых рынков  |
| Уровень освоения | Тестовые задания |
| Закрытого типа | Открытого типа |
| Альтернативного выбора | Установление соответствия/Установление последовательности | На дополнение |
| 1.1.1 | 1 Профессорами Гарвардской школы Э. Мэйсон и Д. Бэйн была разработана парадигма:а) "Структура – поведение – результат"б) "База – структура – результат "в) "Структура – поведение – исследование "2 Сокращение интенсивности труда одного из работников никак не сказывается прямым образом на совокупном продукте фирмы и может остаться незамеченным, а следовательно, искушает работников трудиться не в полную силу – это:а)Проблема зайцаб)Проблема ленивого работникав)Проблема безбилетника3 Для олигополии характерны признаки:а) В отрасли присутствует две или несколько фирм (обычно до 10) так, что отрасль не является чисто монополизированной.б) Кривая спроса каждой фирмы имеет восходящий характер, поэтому в отрасли не действуют правила совершенной конкуренции.в) В отрасли функционирует по крайней мере одна крупная фирма, любое действие которой не вызывает ответную реакцию конкурентов4 Ситуация, при которой одинаковые товары фирма продает различным покупателям по различным ценам, в зависимости от их платежеспособности называется:а) ценовой дифференциациейб) продуктовой дифференциациейв) ценовой дискриминациейг) половой дискриминацией5 Термин Market share означает1. дисперсия рыночных долей;
2. затраты на маркетинг;
3. сегмент рынка;
4. доля рынка.

6 «Хозяйствующий субъект» в политике поддержки конкуренцииа) индивидуальный предприниматель;б) индивидуальный предприниматель и коммерческая организация;в) индивидуальный предприниматель, коммерческая организация, а также некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход;г) фирмы и банки; | 26 Установите соответствие:Гарвардская школа Чикагская школа А) Э.С. Мэйсон и Дж. БэйнБ) Дж. Стиглер  27 Установите соответствие:1 2 А) индекс концентрации Б) индекс ЛернераВ) индекс Херфиндаля-Хиршмана  | 36 Э.С. Мэйсон и Дж. Бэйн предложили методологическую основу для исследования отраслевых рынков, получившую название парадигма «Структура-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_- результативность» 37 Совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 38 Определенное строение рынка (тип рыночной структуры), при котором сторона предложения представлена небольшим числом сравнительно крупных фирм-продавцов однородной или сходной по своим характеристикам продукции \_\_\_\_\_\_\_\_ 39 Продукцию, которая различима потребителями по отличным от цены свойствам, и не является совершенно взаимозаменяемой, хотя и удовлетворяет одни и те же потребительские предпочтения. называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 40 Модель \_\_\_\_\_\_\_\_ города (модель Хотеллинга) 41 Рынок, состоящий из двух фирм \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 42 Понятие Natural monopoly означает: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ монополия  |
| 1.1.2 | 7 Экономика отраслевых рынков, как отдельная область экономических исследований, зародилась и развивалась на базе:а) Гарвардской школыб) Чикагской школыв) верны ответы а) и б)г) нет правильного ответа8 Структура рынка определяется:а) количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информацииб)законодательством государствав)потребностями покупателейг)сговором предпринимателей9 Индекс Херфиндаля — Хиршмана показывает, что:а) чем меньше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынкеб) чем больше значение индекса, тем ниже концентрация продавцов на рынкев) чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке 10 Индекс Лернера определяет:а)степень концентрации б)общее число фирмв)долю фирмы на рынкег)монопольную власть11 Экономист, который первым стал изучать концентрацию производства в ключевых сферах экономикиа) Альфред и Мэри Mapшаллб) Дж. Робинсон и Э. Чемберлинв) А. Смит и Д. Риккардо12 Примером применения двухчастного тарифа являются товары:а) книги и компьютерные игрыб) фотоаппараты и фотопленкав) молоко и кока-кола13 Потребитель стремится максимизировать:1. Экономический эффект
2. Среднюю полезность
3. Общую полезность

14 К последствиям вертикальной интеграции относится все *кроме*:1. создания барьеров входа на рынок;
2. укрепления монопольной власти фирмы на рынке;
3. снижения производственных издержек и трансакционных затрат;
4. снижение издержек по управлению

15 Общие издержки производства представляют собой:1. Затраты, переносимые на стоимость готового изделия в полном объеме
2. Совокупные затраты предприятия, понесенные им за один производственный цикл
3. Совокупные затраты предприятия, понесенные им на одной стадии производства

16 К целям государственной антимонопольной политики НЕ относится:1. обеспечение эффективности производства и распределения ресурсов в экономике
2. предотвращение нежелательных рыночных структур
3. помощь одним группам экономических агентов за счет других

17 Термин Fair competition означает:1. добросовестная конкуренция
2. конкуренция как результат
3. совершенная конкуренция
4. конкурентный рынок

18 К стратегическим барьерам входа относится:1. емкость рынка
2. объем капитальных вложений, необходимый для организации безубыточного производства в отрасли
3. дополнительные инвестиции в оборудование
4. доступ к более качественным источникам сырья
5. состояние инфраструктуры рынка

19 Барьеры входа — это:1. факторы только объективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовать безубыточное производство в отрасли
2. факторы только субъективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовать безубыточное производство в отрасли
3. все факторы объективного или субъективного характера, которые ведут к падению прибыли старых фирм в отрасли ниже монопольного уровня
4. все факторы объективного или субъективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовать безубыточное производство в отрасли.

20 Дифференциация продукта имеет место до тех пор, пока сами потребители расценивают разные товарные марки в качестве несовершенных заменителей. Так ли это?1. да
2. нет
3. зависит от покупательской способности

21 Если в модели Хотеллинга цены не фиксированы, то:1. цены двух фирм будут отличаться только на величину транспортных расходов
2. цена фирмы, первой начинающей игру, будет выше
3. цена фирмы, второй начинающей игру, будет выше
4. ценовое равновесие фирм нестабильно
5. цены двух фирм будут одинаковыми

22 Какое из утверждений верно?1. В отличие от рынка с совершенной конкуренцией каждая из фирм олигополистов при формировании своей экономической политики вынуждена принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов.
2. В отличие от рынка с совершенной конкуренцией каждая из фирм олигополистов при формировании своей экономической политики не принимает во внимание реакцию со стороны конкурентов.
 | 28 Установите соответствие:1 издержки, связанные с выполнением внутренних контрактов2 затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактовА)трансакционные издержкиБ) валовые издержкиВ) издержки контроля 29 Установите соответствие:1 Типы рыночных границ, отражающие способность товаров заменять друг друга в потреблении  2 Типы рыночных границ, характеризующие исследуемыйА) продуктовые границыБ) временные границыВ) пространственные границы временной интервал, а также границы эксплуатации30 Установите соответствие:1 Различение потребителями потребительских свойств товаров, удовлетворяющих разные вкусы. Выбор потребителя в этом случае определяется приверженностью той или иной торговой марке.2 Различение потребителями качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы. В этом случае выбор потребителя определяется его уровнем доходаА) горизонтальная дифференциацияБ) вертикальная дифференциацияВ) стремительная дифференциация31 Установите соответствие:1 Модель линейного города2 Модель кругового городаА) модель Хотеллинга Б) модель Салопа В) модель Ланкастера 32 Установите соответствие:1 разница между бухгалтерской прибылью фирмы и величиной нормальной прибыли2 величина прибыли, которая дает уровень рентабельности, нормальный для данной отрасли или экономикиА) НормальнаяБ) БухгалтерскаяВ) Экономическая 33 Установите соответствие:1 Goods market 2 Money market3 Capital marketА) Рынок денегБ) Рынок товаров и услугВ) Рынок капитала Г) Рынок валюты34 Установите соответствие:1рынок совершенной конкуренции 2рынок работающей конкуренции 3рынок монополистической конкуренции4олигополия и олигопсония5монополия/монопсония6 чистая конкуренцияА) рынок цемента в России Б) производство теннисных мячейВ) рынки сельскохоз продуктовГ) ресторанный бизнесД) розничные сети магазинов; | 43 Вид дифференциации, который заключается в различении потребителями качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы. В этом случае выбор потребителя определяется его уровнем дохода. Называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_- 44 Прибыль, которая определяется как разница между бухгалтерской прибылью фирмы (то есть фактически полученной прибылью) и величиной нормальной прибыли, называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 45 Показатель, который представляет собой сумму рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке, называют индексом \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 46 Выбор потребителем места покупки в зависимости от его оценки ряда специфических товаров "лидеров по потерям". Называют эффект \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 47 Использование оборудования фирмой на правах аренды называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 48 Разделение покупателей на отдельные категории в соответствии с их ценовыми предпочтениями, называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ рынка 49 Интеграция, при которой происходит процесс объединения в рамках одной фирмы последовательных стадий выпуска продукта, называется\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 50 для модели Курно характерна следующая предпосылка:\_\_\_\_\_\_\_\_\_ фирм(ы) производят однородный товар (укажите количество) 51 Модель Хотеллинга показывает, что товарные марки отличаются друг от друга только одним показателем - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ от потребителя 52 Совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 1. По российскому законодательству фирма не признается доминирующей, если ее доля \_\_\_\_\_\_\_\_\_35%

54 Присоединение какой-либо фирмы к другой, при этом присоединяемая фирма полностью теряет свою самостоятельность. называется\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 55 Все факторы, которые препятствуют фирме уйти из отрасли, не неся значительных потерь.\_\_\_\_\_\_\_\_ выхода 56 Рынок одного покупателя. называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_57 Исключительное право собственности на изобретение, действительное в течение определенного срока. Относится к продуктам, процессам, веществам и дизайну \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 58 Выпуск различных видов товара (разных товарных марок) одной и той же товарной категории. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ товара 59 Назначение разных цен на товар в разные периоды времени. называют межвременной \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 60 Соглашение о разделе рынков сбыта, называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 61 Чем больше значение индекса Херфиндаля — Хиршмана, тем \_\_\_\_\_\_\_\_\_концентрация продавцов на рынке 62 Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если объем спроса и предложения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 63 Назовите стадию жизненного цикла товара, когда рынок характеризуют наиболее высокими затратами на выход (барьерами выхода)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 64 Цена, которая будет быстро меняться в условиях изменения спроса и предложения называется \_\_\_\_\_\_ 65 Коэффициент Лернера, величина показателя монопольной власти находится в пределах от 0 до \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 66 При \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ дифференциации продукции потребителями происходит различение продукции, исходя из торговой марки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 1.1.3 | 23 На рынке обуви индекс Херфиндаля — Хиршмана составляет 800. Фирмы «Красивая обувь» и «Практичная обувь» решили объединиться в единый холдинг «Красивая и практичная обувь». Антимонопольный комитет данной страны:а) разрешит сделку;б) разрешит сделку только, если доля нового холдинга не превысит 5% рынка;в) запретит сделку в любом случае;г) разрешит сделку только, если новый холдинг обязуется снабжать Комитет обувью в первую очередь.24 Какая из предпосылок характерна для модели Курно:а) Две фирмы производят однородный товарб) Фирмам не известна кривая рыночного спросав) Фирмы принимают решения о производстве, совещаясь друг с другомг) Каждая из фирм предполагает выпуск конкурента изменяющимся25 При какой комбинации изменений нельзя ожидать повышения числа участников рынка:а) спрос растет, издержки производства растут, издержки входа снижаютсяб) спрос снижается, издержки производства растут, издержки входа растутв) спрос снижается, издержки производства снижаются, издержки входа растут | 35 Установите соответствие:1 Нестратегические барьеры2 Стратегические барьеры3 Абсолютные барьеры4 Ограничивающие барьерыА) относительное преимущество в издержках; административные барьеры; состояние инфраструктуры рынка; качество товара и репутация фирмы; криминальные барьерыБ) дополнительные инвестиции в оборудование; продуктовая дифференциация; долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями; репутация «жесткого» конкурента | 67 Долгосрочные вложения капитала в объекты различных отраслей, предпринимательские проекты, инновации с целью получения прибыли называют \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_68 «Грабительское ценообразование» на рынке доминирующей фирмы – это политика, при которой цена намного \_\_\_\_\_\_\_\_ средних издержек производства фирм конкурентного окружения 69 Дифференциация продукта ведет к тому, что \_\_\_\_\_\_\_\_\_ рыночная власть фирмы (увеличивается, растет)70 Реклама является фактором \_\_\_\_\_\_\_\_ дифференциации  |
| Итого: | 25 шт. | 10 шт. | 35 шт. |

**Критерии оценивания**

**Критерии оценивания тестовых заданий**

Критерии оценивания: правильное выполнение одного тестового задания оценивается 1 баллом, неправильное – 0 баллов.

Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл – 100 баллов.

**Шкала оценивания результатов компьютерного тестирования обучающихся** (рекомендуемая)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка  | Процент верных ответов | Баллы  |
| «удовлетворительно» | 70-79% | 61-75 баллов |
| «хорошо» | 80-90% | 76-90 баллов |
| «отлично» | 91-100% | 91-100 баллов |

**Ключи ответов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ тестовых заданий** | **Номер и вариант правильного ответа** |  |  | **36** | (поведение) |
| **1** | а) "Структура – поведение – результат" |  |  | **37** | отрасль |
| **2** | в)Проблема безбилетника |  |  | **38** | олигополия |
| **3** | а) В отрасли присутствует две или несколько фирм (обычно до 10) так, что отрасль не является чисто монополизированной. |  |  | **39** | дифференцированной, дифференцированная |
| **4** | в) ценовой дискриминацией |  |  | **40** | линейного, линейный |
| **5** | г) доля рынка. |  |  | **41** | дуополия, дуополией |
| **6** | в) индивидуальный предприниматель, коммерческая организация, а также некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход; |  |  | **42** | естественная |
| **7** | в) верны ответы а) и б) |  |  | **43** | вертикальной, вертикальная |
| **8** | а) количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации |  |  | **44** | экономическая, экономической |
| **9** | в) чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке |  |  | **45** | концентрации, концентрация |
| **10** | г)монопольную власть |  |  | **46** | якоря, «якоря» |
| **11** | б) Дж. Робинсон и Э. Чемберлин |  |  | **47** | лизинг, лизингом |
| **12** | б) фотоаппараты и фотопленка |  |  | **48** | сегментация, сегментацией, сегментирование |
| **13** | в) Общую полезность |  |  | **49** | вертикальная, вертикальной |
| **14** | г) снижение издержек по управлению подвижная |  |  | **50** | 2, два, две |
| **15** | в) Совокупные затраты предприятия, понесенные им на одной стадии производства |  |  | **51** | удаленностью, удаленность, расстоянием, расстояние |
| **16** | в) помощь одним группам экономических агентов за счет других |  |  | **52** | рынок |
| **17** | а) добросовестная конкуренция |  |  | **53** | меньше, ниже |
| **18** | в)дополнительные инвестиции в оборудование |  |  | **54** | поглощение, поглощением |
| **19** | в) все факторы объективного или субъективного характера, которые ведут к падению прибыли старых фирм в отрасли ниже монопольного уровня |  |  | **55** | барьер, барьеры |
| **20** | а) да |  |  | **56** | монопсония, монопсонией, манапсония |
| **21** | а) цены двух фирм будут отличаться только на величину транспортных расходов |  |  | **57** | патент |
| **22** | а) В отличие от рынка с совершенной конкуренцией каждая из фирм олигополистов при формировании своей экономической политики вынуждена принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов. |  |  | **58** | дифференциация, дифференциацией |
| **23** | а) разрешит сделку; |  |  | **59** | дискриминацией, дискриминация, дескриминация |
| **24** | а) Две фирмы производят однородный товар |  |  | **60** | картель, картелью |
| **25** | б) спрос снижается, издержки производства растут, издержки входа растут |  |  | **61** | выше, больше |
| **26** | 1А, 2Б |  |  | **62** | одинаковы, одинаковые, равны, равные |
| **27** | 1А, 2В |  |  | **63** | зрелость, расцвет, пик |
| **28** | 1В,2А |  |  | **64** | эластичной, эластичность |
| **29** | 1А, 2Б |  |  | **65** | 1, одного, один |
| **30** | 1А, 2Б |  |  | **66** | горизонтальной, горизонтальная |
| **31** | 1А, 2Б |  |  | **67** | инвестицией, инвестициями, инвестиция |
| **32** | 1В, 2А |  |  | **68** | ниже, меньше |
| **33** | 1Б, 2А, 3В |  |  | **69** | увеличивается, растет |
| **34** | 1В, 2Д, 3Г, 4Б, 5А |  |  | **70** | продуктовой, продуктовая |
| **35** | 1А, 2Б |  |  |  |  |