

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Тарасов Игорь Владимирович
Должность: Профессор по учебной работе
Дата подписания: 24.05.2022 17:45:10
Уникальный программный ключ:
8c45e14bf77dac42d4f8b124280a05e6949a00d3

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРАВОСЛАВНЫЙ СВЯТО-ТИХОНОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ПСТГУ)**

*Факультет социальных наук
Кафедра экономики*

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Микроэкономика»

38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки «Прикладная экономика»

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Москва, 2020 г.

Год начала обучения по учебному плану: 2020

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости разработан на основе рабочей программы дисциплины, входящей в состав образовательной программы 38.03.01 «Экономика», профиль подготовки «Прикладная экономика».

Темы докладов и эссе

1. Неравновесные состояния рынка и недостаток информации.
2. Предприниматель как субъект установления равновесия.
3. Расширенная трактовка правила $MR = MC$ как общей философии бизнеса.
4. Проблема неполноты информации об уровне спроса на продукцию фирмы.
5. Использование концепций бухгалтерских и альтернативных издержек в практике предпринимательства.
6. Основные проблемы практического управления издержками фирмы.
7. Учет эффекта временного горизонта в предпринимательской практике.
8. Графики валовых издержек и валовых доходов, средних издержек и средних доходов. Анализ критических точек и его использование в управлении фирмой.
9. Закономерности спроса на однотипные товары, их последствия для практики ценообразования.
10. Закономерности спроса на дифференцированные товары, их последствия для практики ценообразования.
11. Предпринимательская бдительность в трактовке неоавстрийской школы.
12. Информация как ресурс: информационная асимметрия на российских рынках.
13. Риск и неопределенность. Основные методы снижения риска.
14. Управление риском (выбор уровня, распределение, объединение)
15. Многопродуктовая фирма: совместный выпуск продукции.
16. Многопродуктовая фирма: альтернативный выпуск продукции.
17. Правило максимизации прибыли при инкрементальном анализе.
18. Продукт как экономическая переменная. Качество как многомерная переменная. Оптимизация качества товара и степени дифференциации ассортимента.
19. Принципы управления спросом на продукцию фирмы.
20. Монополистические преимущества как стимул. Менеджер и краткосрочная монополия.
21. Предпосылки ценовой дискриминации и ее разновидности. Легальная дискриминация и ее использование фирмой.
22. Инвестиционный проект в широком и узком толковании, его стадии.

23. Приложение теории дисконтирования к производственным проектам, управлению собственностью, финансовым инвестициям.
24. Координация производственных ресурсов и несение риска как основные функции предпринимательства. Шумпетеровский предприниматель.
25. Экономико-теоретическая сущность бренда и позиционирования товаров, их функции
26. Новая экономика как часть постиндустриальной экономики.
27. Инновации в новой экономике: особая роль информационных и коммуникационных технологий.
28. Сетевые экономические структуры. Кластеры, аутсорсинг, сетевые компании, динамичные компании среднего бизнеса – «газели».
29. Виртуализация экономической деятельности и виртуальные компании.
30. Этика бизнеса как экономическая категория.

Проблемные ситуации для ведения дискуссии

1. Приведите в качестве примера довод, применительно к которому выражение «это правильно в теории, но совершенно неверно на практике» имело бы смысл, а также довод, применительно к которому это выражение было бы абсолютно бессмысленным.
2. Проанализируйте высказывание Дж. М. Кейнса о том, что экономисты «делают цивилизацию возможной».
3. Продолжите высказывание Дж. М. Кейнса «Положительная наука может быть определена как совокупность систематических знаний, относящихся...»
 - а) к тому, что есть;
 - б) к тому, что должно быть;
 - в) к положительным тенденциям в экономическом развитии;
 - г) к оценочным суждениям.
4. Какие события экономической истории XX в. оказали определяющее влияние на развитие экономических идей – на революции в экономической теории?
5. Известный русский экономист М.И. Туган-Барановский в своём учебнике «Основы политической экономии» (1909 г.) даёт следующую формулировку целей хозяйственной деятельности: «Наши потребности далеко превосходят средства их удовлетворения, находящиеся в нашем распоряжении. Поэтому мы должны экономизировать свои силы и всякие иные средства удовлетворения наших потребностей, чтобы обеспечить себе максимум

удовлетворения последних». Определить какая неточность допущена в этой формулировке; как формулируются экономические цели в современной экономической науке.

6. Почему основная часть обслуживающего персонала Макдональдса молодые люди?

7. Ряд исследований показывает, что для большинства людей более важным будет не величина их абсолютного дохода, а соотношение между их доходами и доходами окружающих. Не может ли этот факт сократить значение экономического роста как средства борьбы с бедностью?

8. Несколько лет назад в Wall Street Journal появилась передовица, автор которой хотел упрекнуть экономиста из Министерства сельского хозяйства в экономическом невежестве, которое якобы всплыло наружу, когда тот заявил, что мощное движение потребителей в США «вновь привело к снижению цены на кофе, после того как она достигла высшей точки – 8,84 доллара за кг. « Это неверно – заявил автор передовицы. Рынок кофе ведет себя, так как и положено себя вести рынку и как это объясняется в элементарных учебниках: цены повышаются, спрос падает, и цены снижаются».

9. Переработка бумажного мусора для производства бумаги часто рассматривается как способ охраны окружающей среды, так как позволяет сохранить от вырубке деревьев. Каким образом рост переработки бумажного мусора может привести к увеличению количества вырубаемых деревьев вместо ожидаемого уменьшения вырубки лесов?

10. В 1973 ОПЕК (организация стран-экспортеров нефти) ввела ограничения на поставки нефти на мировой рынок. Как это повлияло на цену нефти? Как изменение цены нефти на мировом рынке повлияло на рынок бензина в странах западной Европы и США? Известно, что до 1973 года многие американцы предпочитали большие автомобили, пожирающие много бензина. Поскольку нефть стоила относительно дешево, то многие дома отапливались нефтяным топливом. Как изменилась ситуация на рынках больших и малолитражных автомобилей с экономным расходом топлива? Как изменилась ситуация на рынках товаров, позволяющих улучшить теплоизоляцию жилых домов (прокладок на окнах и дверях, окна с термостеклом и т.п.)? Как изменения на рынках автомобилей и теплоизоляционных материалов нефтяного топлива в последствии сказались на рынке бензина и нефтяного топлива? Как это в свою очередь повлияло на спрос на нефть? Ответ обязательно проиллюстрируйте графически.

11. При нынешних ценах спрос на аспирин кажется очень эластичным. Как вы думаете, что произойдет с эластичностью спроса, если цена аспирина вырастет в пять раз? В 50? Почему?

12. Эластичен ли спрос на лекарства, продаваемые по рецепту? Почему? Согласны ли вы с утверждением, что цены на лекарства, продаваемые по рецепту, могут свободно

устанавливаться фирмами-производителями, т.к. люди будут покупать то, что прописывает врач?

13. С компанией XXX, продающей музыкальные диски через Интернет, можно связаться из любой точки США. Повлияло ли это на эластичность спроса на записи, продаваемые через местные розничные магазины?

14. В 1980-х годах появилось множество компаний, продающих компьютеры, аналогичные PC IBM. Как это повлияло на эластичность спроса на персональные компьютеры IBM?

15. Оценивая эластичность спроса на сигареты, говорят, что она составляет 0,4, т.е. повышение цены на 10% приведет к снижению величины спроса на 4%:

а) означает ли это, что повышение налога на табачную продукцию послужит эффективным способом борьбы с курением?

б) означает ли это, что повышение налога на табачную продукцию – эффективный способ повысить доходы государства?

в) если правительство желает одновременно и бороться с курением, и повысить доходы государства от налога на табачные изделия, насколько эластичным или неэластичным, по вашему мнению, должен быть спрос на сигареты?

16. Функция спроса на товар X имеет вид $Q_d = 8 - P_x + 0,2P_y$. Найдите коэффициенты ценовой и перекрестной эластичности спроса на товар X при $P_x = 4$, $P_y = 5$. Определите, являются ли товары связанными в потреблении и вид связи, если она есть.

17. Зависимость величины спроса на товар X от цены этого товара и цены товара Y задана функцией $Q_d = 250 - 20P_x + 10P_y$. Найдите коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар X при $P_x = 10$, $P_y = 15$. Определите, являются ли товары связанными в потреблении и вид связи, если она есть.

18. Предприниматель Петров продавал 1200 футболок в месяц, когда цена футболки у его конкурента, предпринимателя Иванова, была равна 50 рублям. Иванов снизил цену до 40 рублей. Сколько футболок теперь удастся продать предпринимателю Петрову, если известно, что коэффициент перекрестной эластичности спроса на «петровские» футболки по цене «ивановских» футболок равен 2.

19. При уровне дохода равным 900 руб./мес. величина спроса на товар была равна 20 литрам. Как изменится величина спроса на товар, если уровень дохода вырастет до 1100 руб./мес.? Известно, что коэффициент эластичности спроса по доходу равен 1,2.

20. Как правило, во всех заданиях при построении изоквант используются только труд (L) и капитал (K). Можно ли построить изокванту (карту изоквант) в координатах труд – информация или капитал – предпринимательство?

21. При анализе последствий изменения цен на товары и услуги теория спроса выделяет эффект замещения и эффект дохода. Возникают ли эти эффекты при изменении цен на факторы производства? При каких условиях может возникнуть эффект, аналогичный эффекту дохода в потреблении.

22. Если считать обучение производственным процессом (целевая функция – объём полученных знаний, качество в целях упрощения не учитывается), то, что следует считать факторами производства, и какой вид производственной деятельности можно применить для описания такого процесса?

23. Дайте рекомендации совершенно конкурентной фирме, если общий доход равен 800 руб., постоянные издержки 100 руб., средние общие 35 руб., средние переменные 30 руб., предельные издержки составляют 39 руб.

24. Дайте рекомендации совершенно конкурентной фирме, если объём выпуска составляет 4000 ед., общий доход составил 5000 руб., постоянные издержки равны 1500 руб., средние переменные 5,5 руб., предельные издержки 5 руб.

Тестовые задания

1. В экономике, функционирующей в условиях полной занятости и полного использования ресурсов на постоянной технологической основе:

- а) для увеличения производства средств производства необходимо расширить производство предметов потребления;
- б) для сокращения производства средств производства необходимо уменьшить производство средств потребления;
- в) увеличение производства средств производства невозможно;
- г) для увеличения производства средств производства нужно сократить производство предметов потребления.

2. 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 доходов стадиона;
- г) цена других товаров и услуг, производство которых принесено в жертву строительству этого стадиона.

3. Земля, труд, капитал – базовая классификация факторов производства. Можно ли отнести к капиталу:

- а) деньги, акции, облигации;
- б) только акции и облигации;
- в) деньги и акции, но не облигации;
- г) ни деньги, ни акции, ни облигации не относятся к капиталу.

4. Кривая производственных возможностей показывает:

- а) точные количества двух товаров, которые хозяйство намерено производить;
- б) лучшую из возможных комбинаций двух товаров;
- в) альтернативную комбинацию товаров при наличии данного количества ресурсов;
- г) время, когда вступает в действие закон.

5. Земельные собственники вообще не получают ренту, если:

- а) существует налог на землю;

- б) кривые спроса и предложения земельных участков пересекаются;
- в) кривая предложения земли абсолютно неэластична;
- г) кривая предложения земли находится справа от кривой спроса.

6. Преимущество ценового механизма выражается в том, что:

- а) предоставляется личная свобода всем агентам рынка;
- б) эффективно распределяются ресурсы;
- в) уравнивается распределение дохода;
- г) стабильно развивается экономика.

7. Общественные товары и услуги – это:

а) товары и услуги, от преимущества пользования которыми никто не может быть устранён;

- б) товары и услуги, за которые частные лица платят добровольно;
- в) товары и услуги, всегда ассоциируемые с внешними издержками;
- г) товары и услуги, предоставляемые частным сектором для блага отдельного лица.

8. Что из перечисленного является характеристикой общественных благ:

а) люди, которые не платят за эти блага, могут быть исключены из пользования ими;

б) если один человек пользуется благом, то это не снижает пользу от этого блага для других;

- в) легко определить, кто должен оплатить затраты на производство этих благ;
- г) нет верного ответа.

9. Общественные блага отличаются от частных тем, что они:

- а) делимы и находятся в индивидуальном пользовании;
- б) неделимы и находятся в общественном пользовании;
- в) делимы и находятся в общественном пользовании;
- г) неделимы и находятся в индивидуальном пользовании.

10. Закон спроса предполагает, что:

- а) превышение предложения над спросом вызовет снижение цены;
- б) если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров;
- в) кривая спроса обычно имеет положительный наклон;
- г) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет.

11. Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X, вызовет:

- а) сдвиг кривой спроса вверх или вправо;
- б) сдвиг кривой предложения вверх или влево;
- в) сдвиг кривой спроса и предложения вверх;
- г) сдвиг кривой предложения вниз или вправо.

12. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо:

- а) потребность;
- б) спрос;
- в) необходимость;
- г) желание.

13. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса:

- а) вкусов и предпочтений потребителей;
- б) размера или распределения национального дохода;
- в) цены товара;
- г) численности или возраста покупателей.

14. Ценовая эластичность будет выше:

а) на товары первой необходимости, чем на товары роскоши;

б) в тех случаях, когда потребители используют данный товар с большей пользой для себя;

в) чем больше альтернативные издержки производства товаров;

г) чем менее необходим товар потребителю.

15. Если цена товара выросла с 2 руб. до 2,20 руб., а объем спроса сократился с 10 до 8 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен:

- а) 3,00;
- б) 2,71;
- в) 2;
- г) 2,5.

16. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике эластичного спроса на товар:

- а) коэффициент ценовой эластичности меньше единицы;
- б) общий доход продавца сокращается, если цена растет;
- в) покупатели относительно чутко реагируют на изменения цены;
- г) относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены;
- д) общий доход продавца растет, если цена уменьшается.

17. Эластичность предложения зависит главным образом от:

- а) числа товаров-заменителей данного продукта;
- б) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен;
- в) того, является ли данный товар предметом первой необходимости или роскоши;
- г) того, относится ли данный товар к предметам длительного пользования или текущего потребления;
- д) доли дохода потребителя, направляемой на покупку данного товара.

18. Общая полезность растет, когда предельная полезность:

- а) уменьшается;
- б) увеличивается;
- в) увеличивается в медленном темпе;
- г) увеличивается или уменьшается, но является величиной положительной;
- д) является величиной отрицательной.

19. Закон убывающей предельной полезности означает, что:

- а) отношение предельной полезности 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.

20. Увеличение дохода потребителя графически выражается в:

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

21. Какое из следующих утверждений является неверным:

- а) каждая точка на кривой безразличия означает разную комбинацию двух товаров;
- б) все точки на одной кривой безразличия означают одинаковый уровень удовлетворения потребностей;
- в) все точки на бюджетной линии означают одинаковый уровень денежного дохода;
- г) все точки на кривой безразличия означают одинаковый уровень денежного дохода.

22. Когда посетитель в столовой ест бутерброды, то максимальную ценность для него будет представлять:

- а) первый бутерброд;
- б) бутерброд точки насыщения;
- в) средний из съеденных бутербродов;
- г) последний бутерброд.

23. Кардиналистская теория полезности отличается от ординалистской тем, что:

- а) не использует моделей;
- б) не рассматривает субъективные предпочтения;
- в) считает возможным количественное измерение полезности;
- г) верно всё перечисленное.

24. Точка потребительского оптимума называется также точкой равновесия потребителя, потому что:

а) в этой точке потребитель не имеет стимулов для изменения соотношения товаров в потребительском выборе;

- б) в этой точке потребитель тратит весь свой доход;
- в) в этой точке потребитель не может повлиять на цены товаров;
- г) эта точка – точка касания бюджетной линии и кривой безразличия.

25. Изокванта иллюстрирует:

- а) кривую общего объема продукта;
- б) производственную функцию;
- в) различные объемы продукта, который можно произвести при заданных количествах ресурса;

- г) кривую среднего продукта;
- д) кривую предельного продукта.

26. Любая точка, находящаяся либо на изокванте, либо на изокосте, означает:

- а) количество производимого продукта;
- б) объём продукта в денежном выражении;
- в) комбинацию физических объёмов ресурсов;
- г) сумму издержек.

27. В долгосрочном периоде:

- а) все издержки являются переменными;
- б) все издержки являются постоянными;
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные;
- г) постоянные издержки растут быстрее, чем переменные.

28. Какое из следующих утверждений является неверным:

а) предельные издержки равны средним издержкам, когда средние издержки принимают минимальное значение;

б) когда средние издержки сокращаются, предельные издержки оказываются меньше средних издержек;

в) предельные издержки больше средних издержек в том случае, когда объем выпускаемой продукции больше оптимального;

г) на величину предельных издержек не влияет изменение цен на факторы производства.

29. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль, или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если:

- а) цена продукта ниже минимальных средних издержек;
- б) средние постоянные издержки выше цены продукта;
- в) цена продукта ниже минимума средних переменных издержек;
- г) цена продукта ниже предельных издержек.

30. В отличие от конкурентной фирмы монополист:

- а) может назначать любую цену на свой продукт;
- б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержек;
- в) может произвести любой объём продукции и продать её по любой цене;
- г) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объёма выпуска, которая даёт максимум прибыли;
- д) сталкивается с совершенно эластичной кривой спроса.

31. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта потому, что:

- а) цена меньше предельного дохода;

- б) цена больше предельного дохода;
- в) предельные издержки меньше средних издержек;
- г) предельные издержки больше средних.

32. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем 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.

33. Монополист, максимизирующий прибыль, будет снижать цену на свой продукт, если:

- а) средние издержки падают;
- б) затраты на рекламу растут;
- в) предельный доход выше предельных издержек;
- г) предельный доход равен переменным издержкам.

34. Сторонники точки зрения, состоящей в том, что монополистическая конкуренция достаточно эффективна и выгодна потребителям, утверждают:

- а) дифференциация продукта благоприятствует лучшей реализации разнообразных вкусов потребителей;
- б) в условиях монополистической конкуренции фирмы производят эффективный с точки зрения рынка объем продукции;
- в) в условиях монополистической конкуренции достигается эффективное с точки зрения общества использование ресурсов;
- г) все предыдущие ответы верны.

35. Наиболее вероятно, что участник картеля мог бы увеличить свою прибыль:

- а) продавая свои товары по более низкой цене, чем у других участников картеля;
- б) устанавливая более высокую цену, чем у других участников картеля;
- в) проводя активную ценовую дискриминацию;
- г) ограничивая выпуск своей продукции ниже установленной квоты, чтобы повысить цену.

36. На долгосрочном временном интервале:

- а) фирмы, оперирующие в условиях совершенной конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль;
- б) фирмы, оперирующие в условиях монополистической конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль;
- в) высокие входные барьеры к вступлению на рынок делают возможным получение функционирующими фирмами положительной экономической прибыли;
- г) олигополисты и монополисты, оперирующие на неконкурентных рынках, могут получать экономическую прибыль;
- д) все предыдущие ответы верны.

Тесты итогового контроля

Вариант 1

1. Согласно закону спроса:

- а) увеличение предложения вызывает снижение спроса;
- б) рост доходов потребителей вызывает рост спроса;
- в) спрос определяет предложение;
- г) при увеличении цены объем спроса уменьшается.

2. Зависимость между ценой и объемом спроса является:

- а) прямой;
- б) обратной;
- в) равномерной;
- г) непропорциональной.

3. Увеличение транспортных тарифов, входящих в затраты на производство определенного товара, вызовет:

- а) сдвиг кривой спроса вверх вправо;
- б) сдвиг кривой предложения вверх влево;
- в) сдвиг кривой спроса вниз влево;
- г) сдвиг кривой предложения вниз вправо.

4. Если кривая спроса сдвигается вниз влево, это означает:

- а) уменьшение предложения;
- б) уменьшение спроса;
- в) уменьшение объема предложения;
- г) уменьшение объема спроса.

5. Существует прямая зависимость между (*выберите несколько вариантов ответа*):

- а) уровнем заболеваемости и спросом на лекарства;
- б) уровнем цен на лекарства и объемом спроса на них;
- в) уровнем цен на лекарства и объемом их предложения;
- г) уровнем налога на прибыль и предложением товаров;
- д) уровнем развития технологий производства и предложением товаров.

6. Сдвиг кривой спроса вправо вверх означает:

- а) снижение спроса и рост равновесной цены;
- б) рост спроса и снижение равновесного объема товара;
- в) рост спроса и повышение равновесного объема товара;
- г) снижение спроса и снижение равновесной цены.

7. Сдвиг кривой предложения влево вверх может быть вызван (*выберите несколько вариантов ответа*):

- а) ростом заработной платы в отрасли, в которой производится товар;
- б) повышением ставки налога на прибыль;
- в) благоприятными ожиданиями производителя в части окупаемости проектов по производству товара;
- г) ростом субсидий предприятиям-производителям;
- д) сокращением числа производителей.

8. Кривая предложения сместилась вправо. Это означает, что повысились:

- а) налоги на производство данного продукта;
- б) спрос на данный продукт;
- в) эффективность производства данного продукта;
- г) цены на исходные ресурсы.

9. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, когда при определенной цене:

- а) спрос равен предложению;

- б) цена товара равна издержкам плюс прибыль;
- в) количество потребителей равно числу производителей;
- г) объем предложения равен объему спроса.

10. Государство ввело нижний предел цены на товар на уровне выше равновесного. В результате на рынке:

- а) возникнет избыток этого товара;
- б) возникнет дефицит этого товара;
- в) равновесная цена поднимется до этого уровня;
- г) предложение этого товара уменьшится.

11. Товаром Гиффена называется товар:

- а) спрос на который растет при увеличении цены;
- б) спрос на который падает при увеличении цены;
- в) предложение которого растет при увеличении цены;
- г) предложение которого падает при увеличении цены.

12. Спрос на товар представлен формулой $Q_d = 36 - 2P$, предложение – формулой $Q_s = 12 + P$. Излишек товара в количестве 12 штук возникнет на рынке при цене:

- а) 10 рублей;
- б) 12 рублей;
- в) 15 рублей;
- г) 18 рублей.

13. Чтобы увеличился спрос на чай, должна подняться цена на:

- а) кофе;
- б) сахар;
- в) сахарный тростник;
- г) суп.

14. Коэффициент ценовой эластичности равен:

- а) отношению изменения цены в % к изменению объема спроса в %;
- б) отношению изменения выручки продавца в % к изменению объема спроса в %;
- в) отношению изменения выручки продавца в % к изменению цены в %;
- г) отношению изменения объема спроса в % к изменению цены в %.

15. Эластичность спроса по цене зависит от (*выберите несколько вариантов ответа*):

- а) сезонности продаж;
- б) периода продаж (краткосрочный, долгосрочный);
- в) характера товара (нормальный, некачественный и т.д.);
- г) количества товаров-заменителей данного товара;
- д) предложения данного товара.

16. Неэластичный спрос означает, что:

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

17. На ценовую эластичность спроса на товар не влияет:

- а) доля расходов на этот товар в бюджете потребителя;
- б) наличие или отсутствие товаров-заменителей;
- в) вкусы потребителей;
- г) технология производства товара.

18. Цена товара возросла на 10%, а объем производства – на 5%. Это означает, что предложение:

- а) эластично;
- б) неэластично;
- в) с единичной эластичностью;

г) с бесконечной эластичностью.

19. Эластичность предложения зависит от (*выберите несколько вариантов ответа*):

- а) количества товаров-конкурентов;
- б) цены товара;
- в) масштаба производства и технологической мобильности;
- г) периода продаж (краткосрочный, долгосрочный);
- д) спроса на товар.

20. К товарам первой необходимости относятся следующие значения коэффициента эластичности спроса по доходу:

- а) меньше 0;
- б) больше 0, но меньше 1;
- в) больше 1;
- г) равные 1.

Вариант 2

1. Кривая рыночного спроса демонстрирует:

- а) увеличение потребления товара при увеличении его цены;
- б) увеличение потребления товара, если он стал более модным;
- в) уменьшение потребления товара при сокращении доходов населения;
- г) уменьшение потребления товара при увеличении его цены.

2. Кривая предложения отражает зависимость между:

- а) уровнем налога на прибыль и объемом предложения;
- б) уровнем затрат и объемом предложения;
- в) уровнем цен и объемом предложения;
- г) объемом предложения и объемом спроса.

3. Желание людей купить какой-либо товар, подкрепленное платежеспособностью, называется:

- а) вожеление;
- б) спрос;
- в) желание;
- г) потребность.

4. Если точка на кривой предложения смещается вниз, это означает:

- а) уменьшение объема предложения вследствие снижения цены;
- б) уменьшение объема предложения вследствие роста цены;
- в) рост объема предложения вследствие снижения цены;
- г) рост объема предложения вследствие роста цены.

5. Спрос на рынке не зависит от:

- а) доходов потребителей;
- б) количества покупателей;
- в) цен на ресурсы для производства товаров;
- г) моды и вкусов.

6. Сдвиг кривой спроса не происходит, если:

- а) меняются мода и вкусы потребителей;
- б) меняется уровень доходов населения;
- в) меняется цена товара;
- г) меняется уровень подоходного налога.

7. Сдвиг кривой спроса вниз влево может быть вызван (*выберите несколько вариантов ответа*):

- а) благоприятными ожиданиями потребителей;
- б) ростом цен на товары-конкуренты;
- в) ростом цен на дополняемые товары;

- г) снижением доходов потребителей;
- д) снижением дотаций на производство товара.

8. Совершенствование технологии производства товара сдвигает:

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

9. Кривая спроса сместилась влево. Это означает, что повысило(и)сь:

- а) доходы потребителей;
- б) налоги на потребителей;
- в) число потребителей;
- г) предложение товара.

10. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, когда при определенной цене:

- а) спрос равен предложению;
- б) цена товара равна издержкам плюс прибыль;
- в) количество потребителей равно числу производителей;
- г) объем предложения равен объему спроса.

11. Механизм ценообразования на основе спроса и предложения работает на:

- а) товарном рынке;
- б) ресурсном рынке;
- в) только отраслевых рынках;
- г) любых рынках.

12. Товаром Гиффена называется товар:

- а) спрос на который растет при увеличении цены;
- б) спрос на который падает при увеличении цены;
- в) предложение которого растет при увеличении цены;
- г) предложение которого падает при увеличении цены.

13. Спрос на товар представлен формулой $Q_d = 36 - 2P$, предложение – формулой $Q_s = 12 +$

Р. Дефицит товара в количестве 9 штук возникнет на рынке при цене:

- а) 3 рубля;
- б) 5 рублей;
- в) 10 рублей;
- г) 12 рублей.

14. Чтобы уменьшился спрос на говядину, должна упасть цена на:

- а) хлеб;
- б) молоко;
- в) свинину;
- г) консервы.

15. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике эластичного спроса на товар:

- а) коэффициент ценовой эластичности меньше единицы;
- б) покупатели чутко реагируют на изменение цены;
- в) относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены;
- г) общая выручка продавца растет, если цена уменьшается.

16. Эластичный спрос означает, что:

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

17. Спрос с единичной эластичностью означает, что:

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

18. Ценовая эластичность спроса на ресурс тем выше:

- а) чем выше возможность замены в производстве этого ресурса другими;
- б) чем выше эластичность спроса на производимую продукцию;
- в) чем выше доля расходов на ресурс в общем объеме издержек фирмы;
- г) если все перечисленное верно.

19. К товарам роскоши относятся следующие значения коэффициента эластичности спроса по доходу:

- а) меньше 0;
- б) больше 0, но меньше 1;
- в) больше 1;
- г) равные 1.

20. Товар можно считать некачественным, если:

- а) ценовая эластичность его спроса равна -1,5;
- б) эластичность его спроса по доходу равна -2,5;
- в) перекрестная эластичность его спроса равна -3;
- г) эластичность его спроса по доходу равна 1,5.

Примерные темы курсовых работ

1. Теоретические взгляды на предмет микроэкономики и их эволюция в современных условиях
2. Методы микроэкономической теории: возможности, границы и эффективность
3. Потенциал и границы применения математических методов в теоретико-экономических исследованиях: сравнительный анализ основных подходов и будущее в глобальной экономике
4. Нерешенные проблемы микроэкономики
5. Экономический выбор в условиях ограниченности ресурсов: теория и практика
6. Современная рыночная экономика и её особенности
7. Эволюция рыночных отношений под влиянием мирового экономического кризиса: микроэкономический аспект
8. Экономическая теория прав собственности
9. Потребности и их роль в определении спроса и особенностей потребительского поведения
10. Использование показателей эластичности спроса и предложения в экономической практике фирм: теория и практика
11. Особенности спроса нерационального поведения потребителя и границы его измерения
12. Товары Гиффена и потребительский выбор: особенности проявления в российской экономике
13. Кривые безразличия и бюджетная линия: теоретические основы и практическое использование
14. Особенности потребительского поведения при нефункциональном спросе
15. Инвестиционные решения потребителей в условиях инновационной экономики
16. Роль цен, тарифов, льгот, субсидий, компенсаций в регулировании рынка: микроэкономический аспект
17. Фирма как субъект производства: традиция и современность
18. Природа трансформационных процессов фирмы как субъекта экономики
19. Мотивация фирм на современных рынках: теория и практика
20. Концепции фирмы: Фриц Махлуп о необходимости чувства меры в истолковании фирмы
21. Содержание, функции и результаты производственной деятельности фирмы

22. Проблемы конкурентоспособности фирмы и способы её оценки
23. Сущность, модели и границы применения метода производственной функции
24. Транзакционные издержки в современной рыночной экономике
25. Способы определения эффективного размера предприятия в зависимости от состава и величины издержек
26. Доходы фирмы и их виды: теория и практика
27. Рыночные структуры и проблема рыночной власти в российской экономике
28. Естественная монополия и естественная олигополия в экономике и их влияние на общий уровень цен
29. Монополии в российской и зарубежной экономике: структуры, отраслевая направленность, проблема эффективности
30. Природа и процессы интеграции организаций
31. Предпосылки интеграции и эволюции интеграционных структур
32. Современные формы вертикально-интегрированных соглашений
33. Проблемы реформирования и регулирования естественных монополий в России: финансовые и социально-экономические аспекты
34. Естественные монополии: сущность, особенности, способы регулирования
35. Антимонопольная политика разных стран: анализ сравнительной эффективности
36. Анализ олигополии как доминирующей структуры современной рыночной экономики
37. Основные модели олигополий на современных рынках.
38. Возможности и условия осуществления ценовой дискриминации современными фирмами
39. Теория и модели поведения доминирующей фирмы в отрасли.
40. Сравнительный анализ монополистической конкуренции и олигополии: теория и практика
41. Современное состояние рынка монополистической конкуренции в России
42. Бренд как проявление дифференциации продукта
43. Роль и экономические эффекты рекламы при несовершенной конкуренции: теория и практика
44. Ценовая дискриминация: экономическая природа, виды и место в рыночной экономике
45. Социальные издержки несовершенной конкуренции и потеря эффективности
46. Инновации в современной экономике: их природа и роль
47. Состав, состояние и перспективы развития рынков факторов производства в российской экономике
48. Тенденции в развитии различных форм предпринимательства в конце 20 века – начале 21 века в развитых странах
49. Особенности проблемы ограниченных ресурсов на рынке факторов производства
50. Технология как фактор производства: необходимые предпосылки технологического развития России
51. Информация как фактор производства и возможность его использования в экономике современной России
52. Сущность, виды, показатели и системы заработной платы в микроэкономических моделях рынка труда
53. Проблема соотношения монополии и монополии на рынке труда
54. Сущность, виды и эффективность инвестиций в человеческий капитал
55. Теоретические и практические проблема экономической ренты в микроэкономике
56. Рынок земли в России в современных условиях: структура, особенности, основные тенденции развития
57. Сущность ренты, её виды и проблема земельного налога
58. Особенности ценообразования на земельном рынке и проблем купли-продажи земли на

отечественном рынке

59. Особенности влияния ставок ссудного процента на состояние микроэкономических рынков
60. Рынки капиталов и их влияние на формирование состава и видов реальных инвестиций предприятий
61. Институциональные факторы российского предпринимательства XX-XXI в.
62. Предпринимательский риск и способы его измерения
63. Проблема оптимального соотношения и использования ресурсов в производстве
64. Информация и знания как факторы производства: сущность, особенности, проблемы измерения
65. Проблема асимметрии информации на рынке товаров и услуг
66. Проблема асимметрии информации на факторных рынках
67. Основные критерии общественного благосостояния
68. Внешние эффекты как факторы развития рыночной экономики
69. Теория информационной экономики и сетевые внешние эффекты
70. Теория общественного выбора и коллективного принятия решений

Методические указания по выполнению курсовой работы

Общий объем курсовой работы должен составлять примерно 1 п.л. (40 тыс. символов с пробелами) или 24 страницы, набранных на компьютере 14 шрифтом Times New Roman с полуторным интервалом между строк.

Структура курсовой работы

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список литературы
7. Приложение (я).

Титульный лист (см. приложение 1) и план (содержание) выполняются на двух первых листах работы по определенной форме.

Во введении отражаются следующие основные моменты:

- общая формулировка темы;
- теоретическое и/или практическое значение выбранной темы, ее актуальность;
- цель исследования;
- конкретные задачи исследования, которые автор поставил перед собой;
- объект и предмет исследования;

Введение должно быть кратким (1-3 страницы) и четким. Его не следует перегружать общими фразами. Главное, чтобы читающий понял, чему посвящена работа, какие задачи автор сам для себя наметил.

Основная часть состоит из глав, которые могут делиться на параграфы. Название какой-либо главы не должно полностью совпадать с названием курсовой работы (в противном случае наличие других глав становится излишним), а название параграфа дублировать название главы.

Не следует перегружать план работы. В курсовой работе реально рассмотреть две, максимум - три главы.

В заключении следует четко сформулировать основные выводы, к которым пришел автор. Выводы должны быть краткими и органически вытекать из содержания работы.

Разрешается повторить основные выводы соответствующих глав, но при этом предпочтительнее стремиться сделать некоторые обобщения по результатам проведенного исследования в целом.

Список литературы оформляется по установленному порядку. Он включает в себя всю литературу, на которую есть ссылки в тексте, а также те важнейшие источники, которые были так или иначе использованы, хотя и не приведены в ссылках и примечаниях.

Способ построения списка – по алфавиту фамилий авторов и заглавий книг.

В списке литературы следует выделить сначала официальные документы и материалы (законы, постановления, указы). После них в алфавитном порядке указываются книги, монографии, а затем также в алфавитном порядке указываются статьи из журналов и газет.

Последними указываются интернет-источники. Нумерация сквозная на всем протяжении списка.

Пример оформления списка литературы в Приложении 2.

Приложения — это элемент структуры работы, который не является обязательным. Приложения целесообразно вводить, когда автор использует относительно большое количество громоздких таблиц, статистического материала. Такой материал, помещенный в основную часть, затруднил бы чтение работы. Обычно в тексте достаточно лишь сослаться на подобную информацию, включенную в приложение.

Требования к оформлению текста

Курсовая работа выполняется на компьютере в одном экземпляре и оформляется только на лицевой стороне белой бумаги.

- размер бумаги стандартного формата А4 (210 x297 мм)
- поля левое- 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм.
- ориентация книжная
- шрифт Times New Roman.
- кегель- 14 пт (пунктов) в основном тексте, 12 пт в сносках
- междустрочный интервал полуторный в основном тексте, одинарный в подстрочных ссылках
- расстановка переносов- автоматическая
- форматирование основного текста и ссылок- в параметре «по ширине»
- цвет шрифта- черный
- красная строка- 1,25 см

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся при выполнении работы показывает хорошие знания изученного материала по предложенным вопросам, хорошо владеет основными понятиями, логично и последовательно излагает материал дисциплины, полностью раскрывает смысл предлагаемых вопросов и заданий, показывает умение формулировать выводы по теме заданий.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся при выполнении работы допускает лишь незначительные ошибки, последовательно излагает материал, но выводы делает поверхностные.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся при выполнении работы допускает серьезные ошибки в ответах, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся при выполнении работы допускает грубые ошибки, демонстрирует недостаточное понимание материала.

Автор к.э.н., проф. Лаптев Д.Н.

Одобрено на заседании кафедры экономики от «27» августа 2020 года, протокол №1.