ПРИЛОЖЕНИЕ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

 РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

по дисциплине

**Б1.В.02 «Теория отраслевых рынков»**

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Квалификация выпускника — бакалавр

Форма обучения — заочная

Рязань 2020

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (контрольных заданий, описаний форм и процедур), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части основной профессиональной образовательной программы.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и уровня приобретенных компетенций, обучающихся целям и требованиям основной профессиональной образовательной программы в ходе проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Основная задача – обеспечить оценку уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых обучающимися в соответствии с этими требованиями.

Контроль знаний проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости проводится с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного выявления и устранения недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания учебной дисциплины (модуля), организации работы обучающихся в ходе учебных занятий и оказания им индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в ходе выполнения индивидуальных заданий на практических занятиях. При оценивании результатов освоения практических занятий применяется шкала оценки «зачтено – не зачтено». Количество практических работ и их тематика определена рабочей программой дисциплины, утвержденной заведующим кафедрой.

Результат выполнения каждого индивидуального задания должен соответствовать всем критериям оценки в соответствии с компетенциями, установленными для заданного раздела дисциплины.

Промежуточный контроль по дисциплине осуществляется проведением теоретического зачета.

Форма проведения - ответ по утвержденным экзаменационным билетам, сформулированным с учетом содержания учебной дисциплины. В экзаменационный билет включается два теоретических вопроса. После подготовки вопросов билета проводится теоретическая беседа с обучаемым и выставляется оценка «зачет» или «не зачет».

1. **Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Контролируемые разделы (темы) дисциплины** | **Код контролируемой компетенции (или её части)** | **Вид, метод, форма оценочного мероприятия** |
|
| 1 | Введение в экономику отрасли. | УК-10.1, ОПК-1.1 | зачет |
| 2 | Монополия и рыночная власть.  | УК-10.1,ОПК-1.1 | зачет |
| 3 | Олигополия, концентрация и стратегическое поведение. | УК-10.1,ОПК-1.1 | зачет |
| 4 | Дифференциация продукта и монополистическая конкуренция. | УК-10.1,ОПК-1.1 | зачет |
| 5 | Государственная отраслевая политика. | УК-10.1,ОПК-1.1 | зачет |

1. **Показатели и критерии обобщенных показателей обучения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты обучения по дисциплине | Показатели оценки результата | Критерии оценки результата |
| УК-10.1 Знать**:** основные способы и методы анализа экономических явлений и обобщения полученных результатов. Уметь**:** анализировать воздействие различных макро- и микроэкономических факторов на экономику отрасли,устойчивость иэффективность функционирования фирмы.Владеть: логикой анализа влияния макро- и микроэкономических факторов на отраслевое развитие и деятельность фирмы. | Выполнение задания  | Обучающийся должен продемонстрировать знание основных способов и методов анализа экономических явлений.Обучающийся должен показать каким образом учитывается воздействие различных макро- и микроэкономических факторов на экономику отрасли, устойчивость и эффективность функционирования фирмы.Обучающийся должен продемонстрировать каким образом изменение макроэкономических и микроэкономических факторов, внутренней и внешней среды влияет на отраслевое развитие и деятельность фирмы. |
| ОПК-1.1 Знать: приемы и способы отбора совокупности факторов, определяющих сущность рыночных структур и отраслевого развития. Уметь: на основе выявленных основных ограничений формировать базы для моделирования поведенческих ситуаций экономических агентов в условиях различных рыночных структур и развития отрасли. Владеть:способами анализа вариативного поведения экономических агентов в зависимости от рыночной ситуации в условиях функционирования рыночных структур и отраслевого развития. | Выполнение задания | Обучающийся должен продемонстрировать знания приемов и способов отбора совокупности факторов, определяющих сущность рыночных структур и отраслевого развития. Обучающийся должен обеспечить на основе выявленных основных ограничений формирование базы для моделирования поведенческих ситуаций экономических агентов в условиях различных рыночных структур и развития отрасли. Обучающийся должен продемонстрировать владение способами анализа вариативного поведения экономических агентов в зависимости от рыночной ситуации в условиях функционирования рыночных структур и отраслевого развития.  |

1. ***Шкала оценки сформированности компетенций***

В процессе оценки сформированности знаний, умений и навыков обучающегося по дисциплине, производимой на этапе промежуточной аттестации в форме теоретического зачета, используется оценочная шкала:

**Оценка «зачтено»** заслуживает обучающийся, обнаруживший знания учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной и дополнительной литературой, рекомендованной программой.

**Оценка «не зачтено»** выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «не зачтено» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**4.Типовые контрольные задания или иные материалы**

**4.1.Промежуточная аттестация (зачет)**

|  |  |
| --- | --- |
| Коды компетенций | **Результаты освоения ОПОП****Содержание компетенций** |
| УК-10 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности |
|  |  |

***а) типовые тестовые вопросы:***

1.К отличительным признакам фирмы относятся следующие:

а) обеспечение нормального воспроизводства рабочей силы в экономике через взаимоотношения с работниками;

б) обеспечение нормального кругооборота денег в экономике и воспроизводства фирмы;

**в) формирование крупной и организационно оформленной единицы;**

г) формирование взаимодействия с конкурентами и контрагентами.

2. Минимально эффективный размер фирмы это:

а) минимальное количество выпущенной продукции;

**б) выпуск при минимальных издержках на единицу выпуска фирмы;**

в) минимальное количество занятых по сравнению с фирмами-конкурентами;

**г)** минимальный размер запасов капитала.

3. Горизонтальный размер фирмы определяется:

**а) степенью субаддитивности издержек;**

**б) положительным эффектом масштаба;**

в) формой кривых издержек;

**г) эффектом многообразия.**

4. В каком случае издержки являются субаддитивными:

**а) совокупные издержки совместного выпуска товаров фирмы меньше совокупных издержек этих же товаров в рамках отдельных производств;**

б) совокупные издержки совместного выпуска фирмы больше совокупных издержек этих же товаров в рамках отдельных производств;

в) издержки совокупного производства товаров фирмы больше издержек, связанных с покупкой этих товаров;

**г)** издержки совокупного производства товаров фирмы меньше издержек, связанных с покупкой этих товаров.

5. Положительный эффект масштаба это:

**а) сокращение средних издержек выпуска товара при увеличении его выпуска;**

б) сокращение общих издержек выпуска товара при сокращении его выпуска;

в) увеличение выпуска товара при увеличении издержек меньшими темпами, чем рост выпуска;

г) увеличение выпуска товара при увеличении издержек большими темпами, чем рост выпуска.

6. Положительный эффект многообразия это:

а) увеличение средних издержек производства товара меньшими темпами по сравнению с ростом объема выпуска;

б) увеличение средних издержек производства одного товара при увеличении товарных марок, выпускаемых фирмой;

**в) уменьшение средних издержек производства одного товара при увеличении товарных марок, выпускаемых фирмой;**

г) уменьшение средних издержек производства фирмы при производстве нескольких товаров.

7. Технологической границей фирмы будет являться:

а) уменьшение издержек на единицу выпуска;

б) рост субаддитивности издержек;

**в) уменьшение субаддитивности издержек;**

**г) увеличение издержек на единицу выпуска.**

8. Существование относительно крупных фирм обусловливает:

**а) рост трансакционных издержек;**

**б) развитие внутренних контрактов;**

в) эффективность внешних контрактов;

г) развитие сферы деятельности рынка.

9.Превышение затрат на выполнение внутренних контрактов по сравнению с трансакционными издержками приводит к:

**а) расширению рынка;**

б) укрупнению фирм;

в) сужению рынка;

г) производству уникального товара.

10.Мелкие фирмы характеризуются:

**а) невысокими издержками контроля;**

б) невысокими трансакционными издержками;

в) высокими издержками контроля;

**г) высокими трансакционными издержками.**

***б) типовые тестовые вопросы открытого типа:***

1. Если коэффициент перекрестной эластичности$ E\_{ij}>0$, то товары i и j являются \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (**взаимозаменяемыми).**

2. Если 1$>E\_{ij}>0$, то производители (продавцы) данного продукта рассматриваются в качестве \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(обособленного)** рынка.

3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(Отрасли)** объединяют производителей товаров, являющихся близкими субститутами и предлагаемых на единичном рынке.

4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(Рынки)** объединяют продавцов и покупателей товаров, являющихся близкими субститутами с точки зрения их покупателей.

5.Взаимозаменяемые блага, у которых коэффициент перекрестной эластичности по цене имеет высокое значение, могут быть отнесены к\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(**одному единичному)** рынку.

6.При увелияении средних издержек выпуска товара по мере роста его выпуска имеет место \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(простой отрицательный эффект масштаба).**

7.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(линейная)** форма управления представляет собой последовательное управление всеми стадиями производственного процесса вплоть до сбыта.

8.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(Барьеры входа на рынок)** – это факторы объективного и субъективного характера, из-за которых новым фирмам трудно (или невозможно) начать свое дело в выбранной отрасли.

9.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(Диверсификация)** производства **–** это выпуск в рамках одной фирмы продукции разного рода, связанной технологически, и принадлежащей разным целевым рынкам.

10.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(Дифференциация)** продукта – это разнообразие товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность, принадлежащих одному и тому же рынку.

***в) типовые задачи:***

1.Определить значение индекса концентрации трех фирм. Исходные данные представлены в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| № фирмы | Доля в общем объеме продаж |
| 1 | 0,4 |
| 2 | 0, 3 |
| 3 | 0, 2 |
| 4 | 0, 1 |

а) 0,16;

б) 0,7;

в) 0,09;

**г) 0,9.**

2.Определить дисперсию рыночных долей. Исходные данные представлены в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| № фирмы | Доля в общем объеме продаж |
| 1 | 0,8 |
| 2 | 0,1  |
| 3 | 0, 05 |
| 4 | 0,05 |

а) 0,02651;

б) 0,01328;

**в) 0,10375;**

г) 0,04352.

3.Определить индекс Херфиндаля-Хиршмана. Исходные данные представлены в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| № фирмы | Доля в общем объеме продаж |
| 1 | 0,6 |
| 2 | 0,3  |
| 3 | 0, 05 |
| 4 | 0,05 |

**а)0,455**;

б) 0,3037;

в) 0,1630;

г) 0,695

4.Определить численное значение эффекта от масштаба, если известно, что фирма производит два вида изделий $Q\_{1}=5ед$ . и $Q\_{2}=5ед.$ с издержками, которые описываются функцией TC=$0,5+3×Q\_{1}^{2}+2×Q\_{2}^{2}$.

**а)0,501**;

б) 0,420;

в) 0,250;

г) 0,695

5.Определить численное значение эффекта многообразия, если известно, что фирма производит два вида изделий $Q\_{1}=2ед$ . и $Q\_{2}=2ед.$ с издержками, которые описываются функцией TC=$10+2×Q\_{1}^{2}+Q\_{2}^{2}$

**а)0,4545**;

б) 0,1674;

в) 0,3519;

г) 0,2850.

|  |  |
| --- | --- |
| Коды компетенций | **Результаты освоения ОПОП****Содержание компетенций** |
| ОПК-1 | Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории |
| ОПК-1.1 | Интерпретирует положения экономической, организационной и управленческой теорий применительно к реальным ситуациям |

***а) типовые тестовые вопросы:***

1. Вертикальная интеграция фирмы будет приостановлена, если:

**а) субаддитивность издержек уменьшается;**

б) суббадитивность издержек увеличивается;

в) субаддитивность издержек остается неизменной;

г) издержки совокупного выпуска товаров меньше издержек, связанных с покупкой таких же товаров.

2. Эффект многообразия не может проявляться в следующих типах внутренней структуры управления:

**а) функциональная;**

б) самостоятельные центры прибыли;

в) штабная;

г) матричная.

3. Максимальная степень концентрации продавцов характеризуется:

а) монопсонией;

**б) монополией;**

в) олигополией;

г) монополистической конкуренцией.

4. На рынке совершенной конкуренции фирма моделирует свое конкурентное поведение, исходя из факторов:

**а) цены отраслевого равновесия;**

б) цены, назначаемой фирмой;

в) эластичности отраслевого спроса;

г) поведения конкурентов.

5. Чем выше индекс Джини, тем выше:

а) концентрация продавцов;

**б) концентрация на рынке;**

в) неравномерность распределения рыночных долей;

г) концентрация покупателей.

6. К нестратегическим барьерам рынка относится:

а) вертикальная интеграция;

б) дифференциация продукта;

**в) динамика спроса;**

**г) иностранная конкуренция.**

7. Вертикальная интеграция первого типа это:

**а) интеграция ресурсов;**

б) интеграция конечного продукта;

в) холдинг;

г) интеграция

8. Показатель функционирования монополии, определяющий величину чистых потерь общества:

а) объем выпуска;

**б) эластичность спроса;**

в) излишек потребителя;

г) цена продукта.

9. Функция издержек однопродуктовой фирмы ТC = 15 + 3Q2

Существует ли положительный эффект от масштаба ?

а) не существует;

**б) существует;**

в) существует постоянный эффект от масштаба;

г) нет правильного ответа.

10. К критериям выделения рынка данного товара относятся:

а) показатель специализации;

**б) показатель изменения выручки при изменении цены;**

в) показатель охвата;

г) показатели концентрации.

***а) типовые тестовые вопросы открытого типа:***

1. Показатель для оценки концентрации производства на предприятиях отрасли, который считается как сумма квадратов долей всех фирм, действующих на данном рынке, называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(**индекс Херфиндаля-Хиршмана).**

2. Показатель концентрации, определяемый как сумма рыночных долей k крупнейших фирм, действующих на рынке, - это \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(индекс концентрации).**

3. MC = MR – это \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(у**словие максимизации прибыли)** предприятия.

4.  - это **(«коэффициент монополизации» или коэффициент А. Лернера)**.

5. Фирма функционирует в условиях рынка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(**совершенной конкуренции),** если функции индивидуального спроса, предельного дохода, среднего дохода представлены одной и той же линией.

6. В условиях \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(монополистической конкуренции)** каждый отдельный производитель, изменяя объем производства, может повлиять на цену своего товара.

7. Если производители в условиях олигополии, действуют совершенно независимо друг от друга, то олигополию называют\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ( **некооперированной).**

8. Для измерения неравенства размеров фирм, действующих на рынке, используется показатель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(дисперсии рыночных долей).**

9.Монополист, изменяя цену или объем производства, учитывает реакцию со стороны \_\_\_\_\_\_\_\_\_**(потребителя).**

10.Производитель обладает \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **(монопольной властью)**, если цена товара превышает величину предельных издержек.

***в) типовые задачи:***

1.Товар А производится в условиях естественной монополии. Функция общих издержек монополиста ТС = 10 + 2$Q^{2}$. Обратная функция спроса на продукцию фирмы-монополиста Q = 30 - Р. Определить уровень монопольно высокой цены.

а)30;

б)15;

**в)25;**

г)10.

2. Общие издержки компании задается функцией ТС=$Q^{2}$. Если компания действует на рынке с совершенной конкуренцией, где другие участники продают свою продукцию по 10 руб. за штуку. Определить прибыли или убытки в денежном исчислении при оптимальном выпуске.

а)-75;

б)-45;

в) 88;

**г)-20.**

3. Обратная функция спроса Q= 5 – 0,5P. Определить максимальную цену, которую установит монополист, чтобы он смог продать 3 единицы выпуска продукции. Определить размер предельного дохода при производстве 3 единиц продукции.

**а)-2**;

б)1,5;

в)2,5;

г)-10.

4. Функция общих издержек ТС = 2 + 5Q. Обратная функция спроса на продукцию фирмы-монополиста Q = 10 - Р. Определить излишек потребителя.

а)30;

б)15;

**в)12,5;**

г)10.

5. Товар А производится в условиях естественной монополии. Функция общих издержек монополиста ТС = 10+2Q. Обратная функция спроса на продукцию фирмы-монополиста Q = 20 - Р. Определить DWL.

а)30;

б)15;

в)25;

**г)85.**

6. Функция спроса на продукцию спроса компании на рынке Р=10-2Q, функция общих издержек ТС= 5 +2Q. Определить размер прибыли компании.

**а)3;**

б)10;

в)5;

г)4.

**Типовые теоретические вопросы на зачет по дисциплине**

1.Признаки фирмы (УК-10.1; ОПК- 1.1).

2.Технологическая концепция фирмы (УК-10.1; ОПК- 1.1).

3.Контрактная концепция фирмы (УК-10.1; ОПК- 1.1).

4.Стратегическая концепция фирмы (УК-10.1; ОПК- 1.1).

5.Виды фирм по размеру (УК-10.1; ОПК- 1.1).

6.Виды фирм по формам собственности (УК-10.1; ОПК- 1.1).

7.Виды фирм по организационно-правовой форме (УК-10.1; ОПК- 1.1).

8.Линейная форма управления фирмой (УК-10.1; ОПК- 1.1).

9.Функциональная и штабная (линейно-функциональная) формы управления фирмой (УК-10.1; ОПК- 1.1).

10.Многодивизиональная (матричная) форма управления фирмой (УК-10.1; ОПК- 1.1).

11.Самостоятельные центры прибыли (УК-10.1; ОПК- 1.1).

12.Холдинг как организация управления бизнеса (УК-10.1; ОПК- 1.1).

14.Типы рыночных структур (УК-10.1; ОПК- 1.1).

15.Показатели рыночной концентрации (УК-10.1; ОПК- 1.1).

16.Барьеры входа на рынок и выхода с рынка (УК-10.1; ОПК- 1.1).

17.Вертикальная интеграция (УК-10.1; ОПК- 1.1).

18.Диверсификация деятельности фирмы (УК-10.1; ОПК- 1.1).

19.Диверсификация продукта (УК-10.1; ОПК- 1.1).

20.Эластичность и темпы роста спроса (УК-10.1; ОПК- 1.1).

21.Максимизация прибыли фирмы (УК-10.1; ОПК- 1.1).

22.Альтернативные издержки монополизации (УК-10.1; ОПК- 1.1).

23.Сравнительная эффективность производства в условиях конкуренции и монополии (УК-10.1; ОПК- 1.1).

24.Х-неэффективность, Х-эффективность (УК-10.1; ОПК- 1.1).

25.Регулирование монополии (УК-10.1; ОПК- 1.1).

26.Основные типы отраслевой политики (УК-10.1; ОПК- 1.1).

27.Эффект Аверча-Джонсона (УК-10.1; ОПК- 1.1).