

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Верещагина Элла Леонидовна

Должность: ВрИО директора Подмосковного института (филиал) МАДИ

Дата подписания: 30.05.2020 12:11:44

Уникальный программный ключ:

7a33bd6a100c82a79b62c166d0723a0c318d8421

**МОСКОВСКИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАДИ)  
БРОННИЦКИЙ ФИЛИАЛ**

Кафедра «Гуманитарных и экономических дисциплин»

**УТВЕРЖДАЮ**

.Зав.кафедрой

«Гуманитарных и экономических

дисциплин»

Верещагина Э.Л.

«28» мая 2020г.

**Мартынова И.А.**

Методические указания по написанию курсовой работы

по дисциплине

**ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

Направление подготовки: 38.03.01 "Экономика"

Направленность (профиль, специализация) образовательной программы:

"Экономика и управление на предприятии (на транспорте)"

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Бронницы-2020

Курсовая работа играет большую роль в развитии навыков самостоятельной творческой работы студентов, так как позволяет путем исследования вопросов теории и практики изучаемой дисциплины приобщать студентов к решению производственных вопросов.

Выполнение студентами курсовой работы проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений по дисциплине;
- углубления теоретических знаний в соответствии с предложенным вариантом;
- формирования умений в применении теоретических знаний при решении поставленных вопросов;
- формирования умений в использовании справочной, нормативной и правовой документации;
- развития творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

Выполнение курсовой работы предшествует сдаче экзамена по дисциплине. Студенты, не выполнившие и не защитившие в срок курсовую работу, к сдаче экзамена не допускаются.

Тема курсовой работы выбирается студентом согласно номеру его по списку в журнале. В методичке предложен примерный план курсовой работы.

Курсовая работа состоит из трех частей: I часть реферативная, II часть – тестирование, III часть – решение задач.

В реферативной части обязательно должны быть подзаголовки, отражающие рассматриваемый вопрос, все подзаголовки должны быть вынесены в оглавление.

В конце работы должен быть *гlossарий терминов* встречающихся в работе. В тексте обязательны *концевые сноски* на используемую литературу.

Список, использованной студентом литературы, должен включать не менее пяти источников. Курсовая работа должна быть выполнена на компьютере. Шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, 1,5 интервал, отступ абзаца 1,27, выравнивание текста по ширине. Названия подзаголовков темным шрифтом не выделяются. Нумерация листов начинается с 3 страницы (Введение), внизу справа.

Курсовая работа должна содержать:

Оглавление (с указанием названий частей работы, подзаголовков и номеров страниц)

Часть I тема реферата

- ✓ Введение (1-1,5 стр. В нем должна быть обязательно указана актуальность темы, цели и задачи КР)
- ✓ Подзаголовки 1.1 название  
1.2 название и т.д

✓ Заключение (1-1,5 стр. Обязательно с выводом достигнута ли поставленная цель курсовой работы, выполнены ли задачи, доказана ли актуальность темы)

Часть II : Тестирование

Часть III: Задачи

Список литературы

Глоссарий

Приложения (если есть)

Титульный лист должен быть оформлен по образцу (Приложение в конце задания)

Перечень тем к реферативной части курсовой работы:

1. Сравнительный анализ подходов к исследованию рынков и поведения фирм в мировой экономической литературе.
2. Чикагская и гарвардская традиции в исследовании рынков.
3. Методы анализа рынков и их применение для исследования рыночных структур России.
4. Сравнительный анализ методик оценки границ рынка и условия эффективности использования каждой из них.
5. Сравнительный анализ типов рыночных структур для РФ.
6. Факторы, определяющие структуру рынка: определение, роль в экономике, оценка для России.
7. Потери от монополии: традиционные и альтернативные варианты подсчетов.
8. Монополия и конкуренция в экономике России.
9. Монополия и конкуренция в экономике зарубежных стран.
10. Нестратегические и стратегические барьеры входа на рынок и показатели выхода фирм с рынка.
11. Динамика рынка на примере транспортной отрасли.
12. Анализ показателей входа фирм на рынок и показателей выхода фирм с рынка для транспортной отрасли.
13. Сравнительный анализ величины барьеров входа в различных странах.
14. Поведение доминирующей фирмы на рынке: ценовые и неценовые стратегии приобретения и сохранения доминирования.
15. Сравнительный анализ некооперативных взаимодействий крупных фирм.
16. Роль фактора ограничения производственной мощности в анализе рыночных структур.
17. Анализ факторов стабильности картеля.
18. Сравнительный анализ склонности к картелизации экономик

- различных стран (США, ЕС, Россия).
19. Государственная политика в отношении экономической концентрации.
  20. Регулирование слияний и поглощений.
  21. Особенности регулирования вертикальных взаимоотношений фирм в различных странах.
  22. Ценовая дискриминация: виды, условия, последствия для общественного благосостояния.
  23. Ценовая политика фирм. Особенности ценообразования крупных и мелких фирм для разных типов рынков и отраслей.
  24. Добросовестная и недобросовестная ценовая конкуренция.
  25. Правило разумности и закон как таковой в антимонопольной политике развитых стран.
  26. Особенности регулирования неконкурентного поведения фирм в США, Западной Европе и Японии.
  27. Добросовестная и недобросовестная конкуренция на рынке.
  28. Проблемы антимонопольного законодательства в России.
  29. Проблема качества продукта и асимметричной информации.
  30. Суть и применение модели рынка «лимонов» Акерлофа.

## **Часть 2**

### **Тестирование**

#### **1. Под рынком понимают:**

А) совокупность предприятий, выпускающих товары, являющиеся близкими субститутами в производстве (производятся близкие товары, используя близкие ресурсы и близкие технологии);

Б) экономическая единица, обладающая эффективной способностью к производству (продаже), принимающая решения с учетом множества целей;

В) совокупность экономических отношений производителей и потребителей относительно однородного товара, либо группы дифференцированных продуктов, которые представляют собой довольно хорошие заменители (или дополнители) по крайней мере для одного из товаров данной группы и ограниченно взаимодействуют с другой экономикой;

Г) все вышеперечисленное.

#### **2. К рынкам монополистической конкуренции не относится:**

А) рынок молочной продукции;

- Б) рынок пива;
- В) рынок сотовой связи;
- Г) рынок бытовой химии.

**3. Кто из экономистов не участвовал в создании теории квазиконкурентных рынков:**

- А) Модильяни;
- Б) Баумоль;
- В) Панзар;
- Г) Вилиг.

**4. Основной проблемой при регулировании естественных монополий с использованием ценообразования Рамсея является:**

- А) инфлятирование издержек;
- Б) ухудшение качества товара;
- В) скрытая монопольная прибыль;
- Г) все вышеперечисленное.

**5. Ценовая дискриминация первой степени предполагает:**

А) разные единицы выпуска продаются по разным ценам, но каждый потребитель, покупающий одинаковое количество блага, уплачивает и одинаковую цену;

Б) разным лицам продукция продается по разным ценам, но каждая единица товара, покупаемая отдельным субъектом, оплачивается им по одинаковой (не зависящей от объема покупки) цене;

В) каждая единица товара продается по ее цене спроса, так что цены, по которым товар покупается, для всех покупателей различны;

Г) нет правильного ответа.

**6. Под отраслью понимают:**

А) совокупность предприятий, выпускающих товары, являющиеся близкими субститутами в производстве (производятся близкие товары, используя близкие ресурсы и близкие технологии);

Б) экономическая единица, обладающая эффективной способностью к производству (продаже), принимающая решения с учетом множества целей;

В) совокупность экономических отношений производителей и потребителей относительно однородного товара, либо группы дифференцированных продуктов, которые представляют собой довольно хорошие заменители (или дополнители) по крайней мере для одного из товаров данной группы и ограниченно взаимодействуют с другой

экономикой;

Г) все вышеперечисленное.

**7. К рынку олигополии не относится:**

- А) рынок рекламных услуг;
- Б) рынок автомобильной промышленности;
- В) рынок прохладительных напитков;
- Г) рынок цемента.

**8. К нестратегическим барьерам входа не относится:**

- А) объем капитальных затрат (первоначальных инвестиций);
- Б) абсолютное преимущество в издержках;
- В) ценообразование, ограничивающее вход;
- Г) административные барьеры.

**9. Дифференциация, включающая в себя различия в каналах сбыта, называется:**

- А) вертикальная;
- Б) горизонтальная;
- В) реальная;
- Г) фантомная.

**10. К переменным издержкам не относятся:**

- А) затраты на топливо;
- Б) затраты на смазочные и горючие материалы;
- В) амортизационные отчисления;
- Г) затраты на сырье.

**11. Границы, отражающие способность товаров заменять друг друга в потреблении, относятся к следующему типу рыночных границ:**

- А) временные;
- Б) продуктовые;
- В) локальные;
- Г) размытые.

**12. К рынку совершенной конкуренции не относится:**

- А) рынок драгоценных металлов;
- Б) рынок автогрузоперевозок;
- В) мировой рынок мороженой рыбы;
- Г) валютный рынок.

13. **К нестратегическим барьерам входа не относится:**
- А) продуктовая дифференциация;
  - Б) относительное преимущество в издержках;
  - В) административные барьеры;
  - Г) состояние инфраструктуры рынка.
14. **К прямым показателям рыночной концентрации не относится:**
- А) индекс Бэйна;
  - Б) индекс Лернера;
  - В) индекс Тейля;
  - Г) индекс Тобина.
15. **Х-неэффективность в условиях монополии проявляется в:**
- А) превышении реальных издержек на производство продукции уровня минимальных издержек;
  - Б) использовании не оптимальным образом факторов производства, принимая во внимание их цены, то есть, не минимизируют затраты;
  - В) отсутствие стимула к научно-техническому процессу;
  - Г) неравенство в распределении дохода.
16. **Второй этап в развитии теории отраслевых рынков связан с:**
- А) теорией рыночных структур;
  - Б) системным анализом отраслевых рынков;
  - В) исследованием рынков с дифференциацией продукции;
  - Г) все вышеперечисленное.
17. **Для рынка монополистической конкуренции характерно:**
- А) полная загрузка производственных мощностей;
  - Б) высокие барьера входа;
  - В) производство и продажа дифференцированного товара;
  - Г) небольшое число покупателей и продавцов.
18. **С точки зрения наличия и уровня барьеров для входа большинство отраслей относится к:**
- А) отраслям со свободным входом;
  - Б) отраслям с краткосрочными барьерами входа;
  - В) отраслям с замедленным входом;
  - Г) отраслям с заблокированным входом.
19. **Дифференциация имеющая место тогда, когда уровень всех характеристик возрастает или убывает одновременно для всех**

**потребителей, и продукты ранжируются в соответствии с определенным порядком, одинаковым для всех потребителей, называется:**

- А) вертикальная;
- Б) горизонтальная;
- В) реальная;
- Г) фантомная.

20. Пиковое ценообразование может применяться только для рынка:

- А) транспортных услуг;
- Б) хлебобулочных изделий;
- В) мебельной продукции;
- Г) молочной продукции.

21. **Автором парадигмы структура-поведение-результативность является:**

- А) Эджворт и Маршалл;
- Б) Ланкастер и Мэррис;
- В) Мэйсон и Бэйн;
- Г) Хоттелинг и Чемберлин.

22. **Для того, чтобы квазиконкурентный рынок существовал, должны одновременно быть задействованы следующие факторы (выбрать неверный ответ):**

- А) потребители не должны быть привержены к товару какой-либо фирмы;
- Б) наличие высоких издержек снижения цены для фирмы-монополиста;
- В) наличие специфических активов производства;
- Г) относительно небольшое время для налаживания нового производства в отрасли.

23. **Дифференциация, возникающая тогда, когда между двумя товарами одного и того же продуктового класса уровень какой-либо характеристики возрастает при убывании уровня какой-либо другой характеристики, так что потребитель выбирает тот продукт, который для него более предпочтителен, называется:**

- А) вертикальная;
- Б) горизонтальная;
- В) реальная;
- Г) фантомная.

24. **Регулирование отраслей естественной монополии по Рамсею означает:**

- А) установление цены на уровне предельных издержек;
- Б) установление цены на уровне средних издержек;
- В) установление цены исходя из равенства предельных издержек и предельного дохода;
- Г) установление монопольной цены, но повышенное налогообложение прибыли.

25. **Если фирма приобретает или фирму-поставщика, или фирму-покупателя, то такой вид слияний и поглощений называется:**

- А) горизонтальный;
- Б) вертикальный;
- В) конгломератный;
- Г) нет правильного ответа.

26. **К основным историческим условиям, сделавшим существование рынка объективно необходимым не относится:**

- А) развитие кредитно-финансового механизма;
- Б) экономическая обособленность производителей, которая исторически возникла на базе частной собственности;
- В) общественное разделение труда, возникшее в глубокой древности;
- Г) самостоятельность производителя, свобода предпринимательства с обязательной долей государственного регулирования.

27. **К рынку с асимметричной информацией не относится:**

- А) рынок банковских услуг;
- Б) рынок труда;
- В) рынок товаров длительного пользования;
- Г) рынок образовательных услуг.

28. **Монополия возникает на основе особой стратегии предотвращения входа. Благодаря хорошему менеджменту и высокопроизводительным работникам фирма может создавать преимущества в издержках, чтобы назначаемая ею цена оказалась ниже средних издержек потенциального конкурента, хотя и выше ее собственных затрат. Такая монополия носит название...**

- А) патентной;
- Б) естественной;
- В) стратегическая;
- Г) государственная франшизная.

29. **К числу расширенных моделей олигополистического ценообразования относят:**

- А) условие различных структур затрат;
- Б) сговор между фирмами;
- В) равновесие по Штакенбергу;
- Г) все вышеперечисленные.

30. **Ценовая дискриминация второй степени предполагает:**

А) разные единицы выпуска продаются по разным ценам, но каждый потребитель, покупающий одинаковое количество блага, уплачивает и одинаковую цену;

Б) разным лицам продукция продается по разным ценам, но каждая единица товара, покупаемая отдельным субъектом, оплачивается им по одинаковой (не зависящей от объема покупки) цене;

В) каждая единица товара продается по ее цене спроса, так что цены, по которым товар покупается, для всех покупателей различны;

Г) нет правильного ответа.

31. **Конкуренция, возникающая вследствие того, что имеются товары, предназначенные для одной и той же цели, но различающиеся каким-то важным параметром называется:**

- А) видовая;
- Б) предметная;
- В) функциональная;
- Г) целевая.

32. **К стратегическим барьерам входа не относится:**

- А) ценообразование, ограничивающее вход;
- Б) дополнительные инвестиции в оборудование;
- В) емкость рынка;
- Г) долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями.

33. **Субаддитивность затрат производства - это ...**

А) свойство средних издержек убывать на всем протяжении рассматриваемого выпуска;

Б) свойство предельных издержек убывать на всем протяжении рассматриваемого выпуска;

В) свойство средних издержек убывать быстрее, чем предельные издержки на всем протяжении рассматриваемого выпуска;

Г) свойство предельных издержек убывать быстрее, чем средние

издержки на всем протяжении рассматриваемого выпуска.

**34. Модель Штакенберга не основана на предпосылке:**

- А) фирмы производят дифференцированную продукцию;
- Б) на рынке присутствует фирма-лидер, на объемы производства которой ориентируются все остальные фирмы (фирмы-последователи), определяя свои объемы производства, исходя из критерия максимизации прибыли;
- В) фирма-лидер обладает полной информацией относительно рынка и действующих на нем фирм, ей известно, что фирмы-последователи определяют свой объем производства, исходя из ее объема производства, и знает функции наилучшей реакции фирм-последователей на свои действия;
- Г) фирмы-последователи обладают полной информацией о рыночном спросе и при определении оптимальных объемов производства предполагают, что объемы производства всех остальных фирм останутся неизменными.

**35. Ценовая дискриминация третьей степени предполагает:**

- А) разные единицы выпуска продаются по разным ценам, но каждый потребитель, покупающий одинаковое количество блага, уплачивает и одинаковую цену;
- Б) разным лицам продукция продается по разным ценам, но каждая единица товара, покупаемая отдельным субъектом, оплачивается им по одинаковой (не зависящей от объема покупки) цене;
- В) каждая единица товара продается по ее цене спроса, так что цены, по которым товар покупается, для всех покупателей различны;
- Г) нет правильного ответа.

**36. Для рынка совершенной конкуренции не характерно:**

- А) свободный вход на рынок и выход с него;
- Б) наличие большого числа экономических агентов, продавцов и покупателей;
- В) неценовая конкуренция;
- Г) однородность продаваемой продукции.

**37. К косвенным показателям рыночной концентрации не относится:**

- А) индекс Холла-Тайдмена;
- Б) индекс Лернера;
- В) индекс Тейля;

Г) индекс Херфиндаля-Хиршмана.

38. **Нелинейное ценообразование не предполагает:**

А) каждая дополнительная единица продукта оплачивается по предельным издержкам;

Б) постоянная часть тарифа делиться между всеми покупателями;

В) переменная часть тарифа зависит от объема покупки;

Г) прибыль фирмы максимальна.

39. **Модель поведения ценового лидера - это модель...**

А) Бэйна;

Б) Нэша-Курно;

В) Форхаймера;

Г) Штакельберга.

40. **Необходимым условием для применения стратегии ценовой дискриминации не является:**

А) продавец должен обладать монопольной властью, только тогда он сможет устанавливать разные цены на одну и ту же продукцию для разных покупателей;

Б) должна быть исключена возможность прибыльной перепродажи (арбитража) продаваемой продукции покупателями, заплатившими за нее низкую цену, другим покупателям;

В) спрос не должен быть однороден, то есть на рынке должны иметься покупатели с разными предпочтениями относительно данной продукции и разным уровнем дохода;

Г) товар должен быть однородным.

41. **Для рынка олигополии не характерно:**

А) продавцы являются крупными экономическими агентами;

Б) существуют значительные барьеры входа-выхода;

В) продаваемый товар может быть как однородным, так и дифференцированным;

Г) каждая фирма определяет цену и объем продаж учитывая только свои интересы.

42. **Согласно действующему Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД), если предприятие имеет несколько видов деятельности, то они будут учитываться только если:**

А) вид деятельности составляет не менее 30% продукции этого вида

предприятия;

Б) вид деятельности составляет не менее 40% продукции этого вида предприятия;

В) вид деятельности составляет не менее 50% продукции этого вида предприятия;

Г) учитывается только один вид деятельности, занимающий большую долю.

43. **К постоянным затратам относятся:**

А) оплата труда работников при повременной системе оплаты труда;

Б) оплата труда при сдельной форме;

В) затраты на материалы;

Г) оплата запчастей.

44. **На практике эффект Аверча-Джонсона не может проявляться в следующих видах:**

А) дополнительные инвестиции в оборудование (наличие избыточных мощностей);

Б) торможение технического прогресса: использование менее эффективного капиталоемкого оборудования;

В) желание предоставить простаивающие мощности в аренду (лизинг);

Г) введение чрезмерных стандартов надежности оборудования.

45. **Эффективным мотивом к слиянию и поглощению не может являться:**

А) недооцененность целевой компании;

Б) неэффективность целевой компании;

В) личное желание руководителя целевой компании;

Г) диверсификация деятельности в целях снижения хозяйственных рисков.

46. **К стратегическим барьерам входа не относится:**

А) ценообразование, ограничивающее вход;

Б) дополнительные инвестиции в оборудование;

В) долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями;

Г) административные барьеры

47. **На сегодняшний день в РФ насчитывается отраслей:**

- А) более 300;
- Б) более 400;
- В) более 500;
- Г) более 600.

48. **Общий подход к показателям рыночной концентрации не предполагает:**

- А) они не должны зависеть от размера отрасли;
- Б) должны быть одномерны;
- В) их значение должно находиться в интервале от нуля;
- Г) слияние фирм, происходящие в отрасли, должно снижать концентрацию.

49. **Дифференциация, включающая в себя различия в качестве товаров, долговечности или других функциональных характеристик, называется:**

- А) вертикальная;
- Б) горизонтальная;
- В) реальная;
- Г) фантомная.

50. **В соответствии с ФЗ «О естественных монополиях» к естественным монополиям федерального уровня не относится:**

- А) железнодорожные перевозки;
- Б) услуги по передачи тепловой энергии;
- В) транспортировка газа по трубопроводам;
- Г) коммуникации в домах.

**Часть 3: решить задачи**

1,11 вариант	2,12 вариант
<p>1. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как <math>P=120-0,4Q</math>. Спрос второй группы - <math>P=120-0,6Q</math>. Предельные издержки монополиста постоянны и равны 30. Определить плату за вход для малого спроса и для большого спроса.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>А) 9000 и 16200;</li> <li>Б) 1850 и 6750;</li> <li>В) 6750 и 8550;</li> <li>Г) нет правильного ответа.</li> </ul>	<p>1. Фирма, действующая на конкурентном рынке, имеет функцию предельных затрат <math>MC=6+4q</math>. Спрос на рынке представлен функцией <math>Q=2000-30P</math>. Постоянные издержки равны 200. Определить количество фирм в отрасли в долгосрочном периоде.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>А) 52;</li> <li>Б) 62;</li> <li>В) 82;</li> <li>Г) 72.</li> </ul>

<p>2. Рыночный спрос описывается функцией <math>P=2000-0,7Q</math>. На рынке действуют две фирмы с функциями общих затрат: <math>ТС1=30+2q12</math>, <math>ТС2=40+1,5q22</math>. Определить цену, объемы продаж и прибыль второй фирмы в случае конкуренции по Штакенбергу.</p> <p>А) <math>P=1489,4</math>; <math>q=425,9</math>; <math>П=360432,1</math>;  Б) <math>P=1489,4</math>; <math>q=326,6</math>; <math>П=276789,8</math>;  В) <math>P=1489,4</math>; <math>q=412,6</math>; <math>П=359128,3</math>;  Г) <math>P=1489,4</math>; <math>q=316,9</math>; <math>П=271109,6</math>.</p>	<p>2. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как <math>P=120-0,4Q</math>. Спрос второй группы - <math>P=100-0,8Q</math>. Предельные издержки монополиста постоянны и равны 20. Определить плату за вход для малого спроса и для большого спроса.</p> <p>А) 4000 и 8500;  Б) 4000 и 12500;  В) 4000 и 4500;  Г) 2000 и 6250.</p>
<p>3. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как <math>P=120-0,4Q</math>. Спрос второй группы - <math>P=120-0,6Q</math>. Предельные издержки монополиста постоянны и равны 30. Определите выигрыши потребителей для каждой группы потребителей.</p> <p>А) 0 и 3600;  Б) 3600 и 0;  В) 6750 и 0;  Г) 0 и 6750.</p>	<p>3. На концах линейного города (модель Хотеллинга) длиной 10 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>ТС1=10q1</math>, <math>ТС2=20q2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>2 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q1=4,16</math>; <math>q2=5,84</math>; <math>P1=36,67</math>;  <math>P2=33,33</math>;  Б) <math>q1=3,16</math>; <math>q2=6,84</math>; <math>P1=36,67</math>;  <math>P2=33,33</math>;  В) <math>q1=5,16</math>; <math>q2=4,84</math>; <math>P1=36,67</math>;  <math>P2=33,33</math>;  Г) нет правильного ответа.</p>
<p>4. Фирма, являющаяся естественным монополистом на рынке, имеет общие затраты <math>ТС=120+3Q+0,75Q^2</math>. Спрос выражается зависимостью <math>Q=600-P</math>. Определить объем продаж в случае если государство не будет регулировать отрасль и если установит цену Рамсея, ожидая при этом, что фирма сможет увеличить свои переменные издержки на 40%.</p> <p>А) 170,6 и 309;  Б) 309 и 170,6;  В) 291 и 429,4;  Г) 429,4 и 291.</p>	<p>4. Две фирмы, функционирующие в условиях совершенной конкуренции, встречаются со спросом <math>Q=c-P</math>. Каждая из фирм стремится монополизировать рынок. Общие издержки первой фирмы <math>ТС1=20+2q2</math>, <math>ТС2=15+0,4q2+0,2q3</math>. Определить какая из фирм предпочтительнее в роли монополиста с точки зрения потребителей.</p> <p>А) Первая фирма, так как <math>P=22,23</math>, <math>Q=4,44</math>;  Б) Вторая фирма, так как <math>P=21,94</math>, <math>Q=4,73</math>;  В) Первая фирма, так как <math>P=22,23</math>, <math>Q=4,73</math>;  Г) Вторая фирма, так как <math>P=21,94</math>, <math>Q=4,44</math>.</p>

<p>5. Определить степень рыночной концентрации, рассчитав для этого дисперсию рыночных долей:</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>№</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td></tr> <tr><td>Q</td><td>3700</td><td>2600</td><td>4200</td><td>3800</td></tr> <tr><td>№</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td></tr> <tr><td>Q</td><td>4000</td><td>3700</td><td>2600</td><td>5000</td></tr> </table> <p>А) концентрация низкая;  Б) умеренная концентрация;  В) высокая степень концентрации;  Г) требуется дополнительная проверка.</p>	№	1	2	3	4	Q	3700	2600	4200	3800	№	5	6	7	8	Q	4000	3700	2600	5000	<p>5. Рассчитать индекс Джини исходя из следующих данных о объемах продаж на рынке:</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>№</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td></tr> <tr><td>Q</td><td>1700</td><td>1600</td><td>200</td><td>1800</td></tr> <tr><td>№</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td></tr> <tr><td>Q</td><td>1300</td><td>700</td><td>1600</td><td>500</td></tr> </table> <p>А) 38,3%;  Б) 31,1%;  В) 33,4%;  Г) нет правильного ответа.</p>	№	1	2	3	4	Q	1700	1600	200	1800	№	5	6	7	8	Q	1300	700	1600	500
№	1	2	3	4																																					
Q	3700	2600	4200	3800																																					
№	5	6	7	8																																					
Q	4000	3700	2600	5000																																					
№	1	2	3	4																																					
Q	1700	1600	200	1800																																					
№	5	6	7	8																																					
Q	1300	700	1600	500																																					

3,13 вариант	4,14 вариант																												
<p>1. На концах линейного города (модель Хотеллинга) длиной 12 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=45q_1</math>, <math>TC_2=70q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>4 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=4,96</math>; <math>q_2=7,04</math>; <math>P_1=109,7</math>; <math>P_2=101,3</math>;  Б) <math>q_1=6,04</math>; <math>q_2=6,96</math>; <math>P_1=114,3</math>; <math>P_2=119,7</math>;  В) <math>q_1=7,04</math>; <math>q_2=4,96</math>; <math>P_1=101,3</math>; <math>P_2=109,7</math>;  Г) нет правильного ответа.</p>	<p>1. Рассчитать индекс Джини исходя из следующих данных о объемах продаж на рынке:</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>№</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td></tr> <tr><td>Q</td><td>2700</td><td>1600</td><td>3200</td><td>1800</td></tr> <tr><td>№</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td></tr> <tr><td>Q</td><td>2000</td><td>1600</td><td>2700</td><td>3000</td></tr> </table> <p>А) 14,5%;  Б) 16,7%;  В) 20,3%;  Г) нет правильного ответа.</p>	№	1	2	3	4	Q	2700	1600	3200	1800	№	5	6	7	8	Q	2000	1600	2700	3000								
№	1	2	3	4																									
Q	2700	1600	3200	1800																									
№	5	6	7	8																									
Q	2000	1600	2700	3000																									
<p>2. На концах линейного города (модель Хотеллинга) длиной 8 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=15q_1</math>, <math>TC_2=45q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>8 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=4,625</math>; <math>q_2=3,375</math>; <math>P_1=99</math>; <math>P_2=89</math>;  Б) <math>q_1=4,625</math>; <math>q_2=3,375</math>; <math>P_1=89</math>; <math>P_2=99</math>;  В) <math>q_1=3,375</math>; <math>q_2=4,625</math>; <math>P_1=99</math>;</p>	<p>2. На рынке действует 12 фирм, реализующие продукцию в следующих объемах:</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>№</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr> <tr><td>Q</td><td>1200</td><td>1500</td><td>2700</td><td>2500</td><td>2300</td><td>2900</td></tr> <tr><td>№</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td></tr> <tr><td>Q</td><td>800</td><td>2400</td><td>600</td><td>1100</td><td>2700</td><td>2000</td></tr> </table> <p>Проведенное маркетинговое исследование фирмой-лидером по объему продаж показало, что повышение цены товара на 2% приводит к уменьшению объема продаж на 3,2%. Отраслевая прибыль всех фирм составляет 15 млн. рублей. Определить рыночную цену.</p>	№	1	2	3	4	5	6	Q	1200	1500	2700	2500	2300	2900	№	7	8	9	10	11	12	Q	800	2400	600	1100	2700	2000
№	1	2	3	4	5	6																							
Q	1200	1500	2700	2500	2300	2900																							
№	7	8	9	10	11	12																							
Q	800	2400	600	1100	2700	2000																							

<p><math>P_2=89</math>; Г) <math>q_1=3,375</math>; <math>q_2=4,6255</math>; <math>P_1=89</math>; <math>P_2=99</math>.</p>	<p>А) 10855 руб.; Б) 1057 руб.; В) 413 руб.; Г) 103 руб.</p>																				
<p>3. Рассчитать индекс Джини исходя из следующих данных о объемах продаж на рынке:</p> <table border="1" data-bbox="247 481 758 638"> <tr> <td>№</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Q</td> <td>3700</td> <td>2600</td> <td>4200</td> <td>3800</td> </tr> <tr> <td>№</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Q</td> <td>4000</td> <td>3700</td> <td>2600</td> <td>5000</td> </tr> </table> <p>А) 10,9%; Б) 16,2%; В) 20,6%; Г) нет правильного ответа.</p>	№	1	2	3	4	Q	3700	2600	4200	3800	№	5	6	7	8	Q	4000	3700	2600	5000	<p>3. Фирма-монополист работает на рынке с 2 группами потребителей, спрос для каждой группы имеет вид: <math>Q_1=300-4P_1</math>, <math>Q_2=250-3P_2</math>. Предельные издержки равны 70. Определить разницу в прибыли, если монополист применяет ценовую дискриминацию 3 степени и если не производит ценовую дискриминацию.</p> <p>А) 22,45; Б) 32,13; В) 24,16; Г) 29,76</p>
№	1	2	3	4																	
Q	3700	2600	4200	3800																	
№	5	6	7	8																	
Q	4000	3700	2600	5000																	
<p>4. На концах линейного города (модель Хоттелинга) длиной 14 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=28q_1</math>, <math>TC_2=38q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>3 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=6,66</math>; <math>q_2=7,34</math>; <math>P_1=83,33</math>; <math>P_2=86,67</math>; Б) <math>q_1=7,56</math>; <math>q_2=6,44</math>; <math>P_1=73,33</math>; <math>P_2=76,67</math>; В) <math>q_1=5,56</math>; <math>q_2=8,44</math>; <math>P_1=63,33</math>; <math>P_2=66,67</math>; Г) нет правильного ответа.</p>	<p>4. Фирма-монополист работает на рынке с 2 группами потребителей, спрос для каждой группы имеет вид: <math>Q_1=200-3P_1</math>, <math>Q_2=130-2P_2</math>. Предельные издержки равны 50. Определить разницу в прибыли, если монополист применяет ценовую дискриминацию 3 степени и если не производит ценовую дискриминацию.</p> <p>А) 12,5; Б) 10,3; В) 0,8; Г) 8,4.</p>																				
<p>5. Типичная фирма, действующая на рынке совершенной конкуренции имеет предельные издержки <math>MC=10+4q</math>. Спрос на рынке: <math>Q=2980-60P</math>. Постоянные издержки каждой фирмы равны 98. Какое количество фирм будет действовать на рынке в долгосрочном периоде?</p> <p>А) 100; Б) 120; В) 80; Г) 110.</p>	<p>5. На концах линейного города (модель Хоттелинга) длиной 12 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=150q_1</math>, <math>TC_2=175q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>9 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=5,54</math>; <math>q_2=6,46</math>; <math>P_1=274,67</math>; <math>P_2=266,33</math>; Б) <math>q_1=6,46</math>; <math>q_2=5,54</math>; <math>P_1=274,67</math>; <math>P_2=266,33</math>; В) <math>q_1=5,54</math>; <math>q_2=6,46</math>; <math>P_1=266,33</math>; <math>P_2=274,67</math>;</p>																				

Г)  $q_1=6,46$ ;  $q_2=5,54$ ;  $P_1=266,33$ ;  $P_2=274,67$ .

5,15 вариант	6,16 вариант																				
<p>1. Рыночный спрос описывается функцией <math>P=2000-0,7Q</math>. На рынке действуют две фирмы с функциями общих затрат: <math>TC_1=30+2q_1^2</math>, <math>TC_2=40+1,5q_2^2</math>. Определить цену, объем продаж и прибыль первой фирмы в случае картеля.</p> <p>А) <math>P=1550,46</math>; <math>q=275,23</math>; <math>\Pi=275200</math>;            Б) <math>P=1550,46</math>; <math>q=366,97</math>; <math>\Pi=366932</math>;            В) <math>P=1550,46</math>; <math>q=292,43</math>; <math>\Pi=294263</math>;            Г) <math>P=1550,46</math>; <math>q=303,23</math>; <math>\Pi=342287</math>.</p>	<p>1. Фирма-монополист работает на рынке с 2 группами потребителей, спрос для каждой группы имеет вид: <math>Q_1=200-3P_1</math>, <math>Q_2=130-2P_2</math>. Предельные издержки равны 50. Определить прибыль монополиста в случае ценовой дискриминации 3 степени.</p> <p>А) 112,5;            Б) 208,3;            В) 320,8;            Г) 168,4.</p>																				
<p>2. Рыночный спрос описывается функцией <math>P=2000-0,7Q</math>. На рынке действуют две фирмы с функциями общих затрат: <math>TC_1=30+2q_1^2</math>, <math>TC_2=40+1,5q_2^2</math>. Определить цену, объем продаж и прибыль фирмы, которая является ценовым лидером.</p> <p>А) <math>P=1460</math>; <math>q=365</math>; <math>\Pi=266420</math>;            Б) <math>P=1460</math>; <math>q=406</math>; <math>\Pi=345466</math>;            В) <math>P=1460</math>; <math>q=412</math>; <math>\Pi=351345</math>;            Г) <math>P=1460</math>; <math>q=375</math>; <math>\Pi=271315</math>.</p>	<p>2. Фирма-монополист работает на рынке с 2 группами потребителей, спрос для каждой группы имеет вид: <math>Q_1=300-4P_1</math>, <math>Q_2=250-3P_2</math>. Предельные издержки равны 70. Определить прибыль монополиста в случае ценовой дискриминации 3 степени.</p> <p>А) 188,3;            Б) 178,3;            В) 158,3;            Г) 168,3.</p>																				
<p>3. Рассчитать индекс Холла-Тайдмена исходя из следующих данных о объемах продаж на рынке:</p> <table border="1" data-bbox="244 1189 759 1341"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Q</td> <td>3700</td> <td>2600</td> <td>4200</td> <td>3800</td> </tr> <tr> <th>№</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> </tr> <tr> <td>Q</td> <td>4000</td> <td>3700</td> <td>2600</td> <td>5000</td> </tr> </tbody> </table> <p>А) 0,157;            Б) 0,140;            В) 0,149;            Г) нет правильного ответа.</p>	№	1	2	3	4	Q	3700	2600	4200	3800	№	5	6	7	8	Q	4000	3700	2600	5000	<p>3. Рыночный спрос описывается функцией <math>P=2000-0,7Q</math>. На рынке действуют две фирмы с функциями общих затрат: <math>TC_1=30+2q_1^2</math>, <math>TC_2=40+1,5q_2^2</math>. Определить цену, объемы продаж и прибыль первой фирмы в случае конкуренции по Курно.</p> <p>А) <math>P=1495</math>; <math>q=389</math>; <math>\Pi=278883</math>;            Б) <math>P=1495</math>; <math>q=366</math>; <math>\Pi=279228</math>;            В) <math>P=1495</math>; <math>q=404</math>; <math>\Pi=277518</math>;            Г) <math>P=1495</math>; <math>q=318</math>; <math>\Pi=273132</math>.</p>
№	1	2	3	4																	
Q	3700	2600	4200	3800																	
№	5	6	7	8																	
Q	4000	3700	2600	5000																	
<p>4. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как <math>P_1=120-0,4Q</math>. Спрос второй группы - <math>P_2=100-0,8Q</math>. Предельные издержки монополиста постоянны и равны 20. Сравните, как изменится цена в случае проведения ценовой дискриминации второй и третьей степени.</p> <p>А) <math>P_1=P_2=20</math>; <math>P_1=70, P_2=60</math>;            Б) <math>P_1=P_2=20</math>; <math>P_1=60, P_2=70</math>;            В) <math>P_1=P_2=60</math>; <math>P_1=20, P_2=20</math>;            Г) <math>P_1=P_2=70</math>; <math>P_1=20, P_2=20</math>.</p>	<p>5. Фирма-монополист производит продукцию при постоянных средних и предельных издержках <math>AC=MC=30</math> руб. Функция рыночного спроса, с которой сталкивается монополист имеет вид <math>Q=200-P</math>. Определить каковы чистые потери благосостояния от монополии на данном рынке.</p> <p>А) 1806,25;            Б) 3612,5;            В) 7225;            Г) нет правильного ответа.</p>																				

5.Фирма, являющаяся естественным монополистом на рынке, имеет общие затраты  $TC=120+3Q+0,75Q^2$ . Спрос выражается зависимостью  $Q=600-P$ . Определить объем продаж в случае если государство не будет регулировать отрасль и если разделит фирму на четыре отдельные конкурентные фирмы, издержки которых останутся прежними.

- А) 170,6 и 434,2;
- Б) 434,2 и 170,6;
- В) 429,4 и 165,8;
- Г) 165,8 и 429,4.

5.Определить разрешат ли органы государственной власти слияние 3 и 8 фирм:

№	1	2	3	4
Q	700	600	200	1800
№	5	6	7	8
Q	1300	1700	1600	2500

- А) разрешат;
- Б) запретят;
- В) невозможно определить, так как не хватает данных;
- Г) требуется дополнительная проверка.

7,17 вариант

1.Фирма, являющаяся естественным монополистом на рынке имеет общие затраты  $TC=120+3Q+0,75Q^2$ . Спрос выражается зависимостью  $Q=600-P$ . Определить цену в случае если государство не будет регулировать отрасль и если установит цену Рамсея, ожидая при этом, что фирма сможет увеличить свои переменные издержки на 40%.

- А) 170,6 и 309;
- Б) 309 и 170,6;
- В) 291 и 429,4;
- Г) 429,4 и 291.

8,18 вариант

1.На концах линейного города (модель Хотеллинга) длиной 10 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат  $TC_1=10q_1$ ,  $TC_2=30q_2$ . Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние  $x$ , затраты на доставку равны  $3 \cdot x$ . Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.

- А)  $q_1=5,89$ ;  $q_2=6,11$ ;  $P_1=46,66$ ;  $P_2=53,33$ ;
- Б)  $q_1=6,11$ ;  $q_2=5,89$ ;  $P_1=53,33$ ;  $P_2=46,66$ ;
- В)  $q_1=7,25$ ;  $q_2=4,75$ ;  $P_1=120$ ;  $P_2=105$ ;
- Г) нет правильного ответа.

2.Фирма-монополист работает на рынке с функцией спроса  $Q=150-P$ . Монополист выпускает свою продукцию на нескольких заводах, издержки каждого из которых одинаковы и имеют вид  $TC=q_i^2+3q_i+25$ . Найти число заводов, максимизирующее совокупную прибыль фирмы, если государство вводит количественный налог с каждой проданной единицы в размере 2 денежных единиц.

- А) 4;
- Б) 5;
- В) 6;
- Г) 7.

2.Определить разрешат ли органы государственной власти слияние 3 и 8 фирм:

№	1	2	3	4
Q	240	250	260	800
№	5	6	7	8
Q	400	100	600	120
		0		0

- А) разрешат;
- Б) запретят;
- В) невозможно определить, так как не хватает данных;
- Г) требуется дополнительная

	проверка.																												
<p>3. На рынке действует 12 фирм, реализующие продукцию в следующих объемах:</p> <table border="1" data-bbox="244 342 847 495"> <tr> <td>№</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Q</td> <td>2100</td> <td>4000</td> <td>5700</td> <td>3500</td> <td>3300</td> <td>2900</td> </tr> <tr> <td>№</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>11</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Q</td> <td>2850</td> <td>3400</td> <td>2200</td> <td>5100</td> <td>4350</td> <td>3000</td> </tr> </table> <p>Проведенное маркетинговое исследование фирмой-лидером по объему продаж показало, что повышение цены товара на 2% приводит к уменьшению объема продаж на 5,4%. Отраслевая прибыль всех фирм составляет 14 млн. рублей. Определить рыночную цену.</p> <p>А) 892 руб.;  Б) 122 руб.;  В) 9838 руб.;  Г) 81 руб.</p>	№	1	2	3	4	5	6	Q	2100	4000	5700	3500	3300	2900	№	7	8	9	10	11	12	Q	2850	3400	2200	5100	4350	3000	<p>3. На концах линейного города (модель Хотеллинга) длиной 20 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=100q_1</math>, <math>TC_2=200q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>5 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=11,33</math>; <math>q_2=8,67</math>; <math>P_1=253,33</math>; <math>P_2=233,67</math>;  Б) <math>q_1=9,33</math>; <math>q_2=10,67</math>; <math>P_1=266,33</math>; <math>P_2=233,67</math>;  В) <math>q_1=13,33</math>; <math>q_2=6,67</math>; <math>P_1=233,33</math>; <math>P_2=266,67</math>;  Г) нет правильного ответа.</p>
№	1	2	3	4	5	6																							
Q	2100	4000	5700	3500	3300	2900																							
№	7	8	9	10	11	12																							
Q	2850	3400	2200	5100	4350	3000																							
<p>4. Фирма, являющаяся естественным монополистом на рынке, имеет общие затраты <math>TC=120+3Q+0,75Q^2</math>. Спрос выражается зависимостью <math>Q=600-P</math>. Определить объем продаж в случае если государство не будет регулировать отрасль и если разделит фирму на четыре отдельные конкурентные фирмы, издержки которых останутся прежними.</p> <p>А) 170,6 и 434,2;  Б) 434,2 и 170,6;  В) 429,4 и 165,8;  Г) 165,8 и 429,4.</p>	<p>4. Две фирмы, функционирующие в условиях совершенной конкуренции, встречаются со спросом <math>Q=c-P</math>. Каждая из фирм стремится монополизировать рынок. Общие издержки первой фирмы <math>TC_1=20+2q_2</math>, <math>TC_2=15+0,4q_2+0,2q_3</math>. Определить какая из фирм предпочтительнее в роли монополиста с точки зрения экономики в целом (выбрать минимальный размер потерь для потребителей).</p> <p>А) Первая фирма, так как <math>DWL=0,18</math>;  Б) Вторая фирма, так как <math>DWL=0,405</math>;  В) Первая фирма, так как <math>DWL=0,405</math>;  Г) Вторая фирма, так как <math>DWL=0,18</math>.</p>																												
<p>5. В городе есть 300 посетителей аквапарка, функция спроса каждого из которых <math>Q_i=15-0,02P</math>. Предельные издержки на одно посещение одного посетителя 400 рублей. Какую плату за вход назначит владелец аквапарка?</p> <p>А) 400;  Б) 1012,5;  В) 1625;  Г) 683,3.</p>	<p>5. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как <math>P=120-0,4Q</math>. Спрос второй группы - <math>P=100-0,8Q</math>. Предельные издержки монополиста постоянны и равны 20. Сравните, как изменится объем продаж в случае проведения ценовой дискриминации второй и третьей степени.</p> <p>А) <math>q_1=250</math>, <math>q_2=100</math>; <math>q_1=125</math>, <math>q_2=50</math>;  Б) <math>q_1=250</math>, <math>q_2=100</math>; <math>q_1=50</math>, <math>q_2=125</math>;</p>																												

	В) $q_1=100, q_2=250; q_1=125, q_2=50;$ Г) $q_1=100, q_2=250; q_1=50, q_2=125.$
--	--

9,19 вариант							10,20 вариант						
1. На рынке действует 12 фирм, реализующие продукцию в следующих объемах:							1. На концах линейного города (модель Хоттелинга) длиной 18 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат $TC_1=150q_1, TC_2=120q_2$ . Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние $x$ , затраты на доставку равны $10 \cdot x$ . Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.						
№	1	2	3	4	5	6							
Q	1000	500	1700	2500	1300	1900							
№	7	8	9	10	11	12							
Q	1800	1400	1600	2100	1700	1800							
Проведенное маркетинговое исследование фирмой-лидером по объему продаж показало, что повышение цены товара на 1% приводит к уменьшению объема продаж на 2,2%. Отраслевая прибыль всех фирм составляет 17 млн. рублей. Определить рыночную цену.							A) $q_1=9,5; q_2=8,5; P_1=320; P_2=310;$ Б) $q_1=9,5; q_2=8,5; P_1=310; P_2=320;$ В) $q_1=8,5; q_2=9,5; P_1=320; P_2=310;$ Г) $q_1=8,5; q_2=9,5; P_1=310; P_2=320.$						
A) 177 руб.; Б) 1938 руб.; В) 400 руб.; Г) 21236 руб.													
2. Рыночный спрос описывается функцией $P=2000-0,7Q$ . На рынке действуют две фирмы с функциями общих затрат: $TC_1=30+2q_1^2, TC_2=40+1,5q_2^2$ . Определить цену, объемы продаж и прибыль первой фирмы в случае конкуренции по Штакенбергу.							2. На рынке действует 12 фирм, реализующие продукцию в следующих объемах:						
							№	1	2	3	4	5	6
							Q	1100	1000	1700	1500	1300	1900
							№	7	8	9	10	11	12
							Q	850	1400	1200	1100	1350	1000
A) $P=1489,4; q=425,9; П=360432,1;$ Б) $P=1489,4; q=326,6; П=276789,8;$ В) $P=1489,4; q=412,6; П=359128,3;$ Г) $P=1489,4; q=316,9; П=271109,6.$							Проведенное маркетинговое исследование фирмой-лидером по объему продаж показало, что повышение цены товара на 2% приводит к уменьшению объема продаж на 4,1%. Отраслевая прибыль всех фирм составляет 12 млн. рублей. Определить рыночную цену.						
							A) 140 руб.; Б) 380 руб.; В) 1597 руб.; Г) 18209 руб.						
3. В городе есть 200 посетителей аквапарка, функция спроса каждого из которых $Q_i=12-0,03P$ . Предельные издержки на одно посещение одного посетителя 300 рублей. Какую плату за вход назначит владелец аквапарка?							3. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как $P_1=120-0,4Q$ . Спрос второй группы - $P_2=100-0,8Q$ . Предельные издержки монополиста постоянны и равны 20. Определите выигрыши потребителей для каждой группы потребителей.						
A) 300; Б) 600; В) 375;							A) 0 и 4000;						

Г) 675.	Б) 4000 и 0; В) 0 и 4500; Г) 4500 и 0.
<p>4. На концах линейного города (модель Хоттелинга) длиной 5 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=50q_1</math>, <math>TC_2=75q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>5 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=1,67</math>; <math>q_2=3,33</math>; <math>P_1=83,33</math>; <math>P_2=91,67</math>;  Б) <math>q_1=1,67</math>; <math>q_2=3,33</math>; <math>P_1=91,67</math>; <math>P_2=83,33</math>;  В) <math>q_1=3,33</math>; <math>q_2=1,67</math>; <math>P_1=83,33</math>; <math>P_2=91,67</math>;  Г) <math>q_1=3,33</math>; <math>q_2=1,67</math>; <math>P_1=91,67</math>; <math>P_2=83,33</math>.</p>	<p>4. Фирма-монополист производит на рынке товар, на котором присутствуют две группы потребителей. Спрос первой группы описывается как <math>P=120-0,4Q</math>. Спрос второй группы - <math>P=100-0,8Q</math>. Предельные издержки монополиста постоянны и равны 20. Сравните, как изменится объем продаж в случае проведения ценовой дискриминации второй и третьей степени.</p> <p>С) <math>q_1=250</math>, <math>q_2=100</math>; <math>q_1=125</math>, <math>q_2=50</math>;  Б) <math>q_1=250</math>, <math>q_2=100</math>; <math>q_1=50</math>, <math>q_2=125</math>;  Д) <math>q_1=100</math>, <math>q_2=250</math>; <math>q_1=125</math>, <math>q_2=50</math>;  Г) <math>q_1=100</math>, <math>q_2=250</math>; <math>q_1=50</math>, <math>q_2=125</math>.</p>
<p>5. Фирма, являющаяся естественным монополистом на рынке, имеет общие затраты <math>TC=120+3Q+0,75Q^2</math>. Спрос выражается зависимостью <math>Q=600-P</math>. Определить объем продаж в случае если государство не будет регулировать отрасль и если разделит фирму на четыре отдельные конкурентные фирмы, издержки которых останутся прежними.</p> <p>С) 170,6 и 434,2;  Б) 434,2 и 170,6;  Д) 429,4 и 165,8;  Г) 165,8 и 429,4.</p>	<p>5. На концах линейного города (модель Хоттелинга) длиной 16 расположены 2 фирмы, имеющие функции затрат <math>TC_1=280q_1</math>, <math>TC_2=380q_2</math>. Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние <math>x</math>, затраты на доставку равны <math>6 \cdot x</math>. Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен 1 на единицу длины. Определить равновесные цены товара каждой фирм и их объемы продаж.</p> <p>А) <math>q_1=10,78</math>; <math>q_2=5,22</math>; <math>P_1=442,67</math>; <math>P_2=409,33</math>  Б) <math>q_1=10,78</math>; <math>q_2=5,22</math>; <math>P_1=409,33</math>; <math>P_2=442,67</math>  В) <math>q_1=5,22</math>; <math>q_2=10,78</math>; <math>P_1=442,67</math>; <math>P_2=409,33</math>  Г) <math>q_1=5,22</math>; <math>q_2=10,78</math>; <math>P_1=409,33</math>; <math>P_2=442,67</math></p>

**Приложение**  
**Образец титульного листа**

**МОСКОВСКИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАДИ)**

**Бронницкий филиал**

Кафедра: Гуманитарных и экономических дисциплин

**Курсовая работа**  
**по дисциплине «Теория отраслевых рынков»**

Тема: «\_\_\_\_\_»

Направление подготовки: 38.03.01 "Экономика"

Направленность (профиль, специализация) образовательной программы:  
**"Экономика и управление на предприятии (на транспорте)"**

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Работу выполнил: \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

Работу проверил: ст. преподаватель Мартынова И.А.

Дата проверки: \_\_\_\_\_

Оценка: \_\_\_\_\_

Бронницы 20\_\_ г.