МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра математической экономики

«Утверждаю»
Директор ИМЭИ ИГУ
_____Фалалеев М.В.
«30» марта 2016 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) Б1.В.ОД.09 Микроэкономика 2

Направление подготовки 38.03.01. Экономика

Тип образовательной программы академический бакалавриат

Направленность (профиль) подготовки Экономика и информационно-математическое управление

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения заочная

Согласовано с **УМК Института математики, экономики и информатики**

Протокол **№ 1, от «11» февраля 2016 г.**

Председатель _____Л.В.Рожина

Рекомендовано кафедрой
математической экономики:
Протокол № 1 от 08 февраля 2016г.

Зав. кафедрой Филатов А.Ю.

Иркутск – 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины……3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП…….3
3. Требования к результатам освоения дисциплины……..3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы……4
5. Содержание дисциплины……4
   5.1. Содержание разделов и тем дисциплины……4
   5.2. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами……6
   5.3. Разделы и темы дисциплин и виды занятий……6
   5.4.Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ, план самостоятельной работы студентов, методические указания по организации самостоятельной работы студентов…….6
6. Примерная тематика курсовых работ (при наличии)……..7
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины...7
   а) основная литература;
   б) дополнительная литература;
   в) программное обеспечение;
   г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины……8
9. Образовательные технологии……8
10. Оценочные средства (ОС)……..9

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью преподавания дисциплины «Микроэкономика-2» является формирование у будущих специалистов продвинутых теоретических знаний и практических навыков в области микроэкономики, науки о поведении отдельных субъектов (предприятий, людей, рынков отдельных товаров) в экономической среде.

В задачи дисциплины входит

1. Изучить продвинутые концепции и методы по теории потребительского поведения, теории спроса и предложения, теории фирмы и рыночным структурам.
2. Научиться решать задачи по микроэкономической тематике продвинутого уровня и строить экономико-математические модели.

2. МЕСТО КУРСА В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин. Для изучения и освоения дисциплины нужны первоначальные знания из курсов микроэкономика, математического анализа и линейной алгебры. Знания и умения, приобретенные студентами в результате изучения дисциплины, будут использоваться при изучении широкого спектра экономико-математических дисциплин, при выполнении курсовых и дипломных работ.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-5);

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать: понятия и методы по теории потребительского поведения, теории спроса и предложения, теории фирмы и рыночным структурам.

Уметь: решать задачи продвинутого уровня по микроэкономической тематике и строить экономико-математические модели.

Владеть: продвинутым инструментарием, позволяющим осуществлять теоретические и эмпирические исследования в области микроэкономики.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Сессии			
		2-5			
Аудиторные занятия (всего)	30	30			
В том числе:					
Лекции	10	10			
Практические занятия (ПЗ)	20	20			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
КСР					
Самостоятельная работа (всего)	177	177			
В том числе:					
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат (при наличии)					
Другие виды самостоятельной работы	177	177			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Э	Э			
Контроль (всего)	9	9			
Общая трудоемкость часы	216	216			
зачетные единицы	6	6			

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Теория потребительского поведения

1.1. Потребительские предпочтения. Принцип рационального поведения. Аксиомы рационального выбора.

1.2. Кривые безразличия. Полезность. Функция полезности Кобба-Дугласа. Монотонные преобразования функций полезности.

1.3. Особые виды предпочтений. Особые виды кривых безразличия. Функции полезности: линейная, квазилинейная, Леонтьева, CES.

1.4. Бюджетное ограничение. Множество покупательских возможностей. Оптимальный выбор.

1.5. Особые виды множества покупательских возможностей.

1.6. Теория выявленных предпочтений.

Раздел 2. Теория спроса и предложения

2.1. Изменение дохода потребителя. Эластичность спроса по доходу. Кривая Энгеля. Нормальные товары и товары низшей категории.

2.2. Изменение цены товара. Выведение функции спроса на основе теории потребительского поведения. Эластичность спроса по цене. Товары Гиффена.

2.3. Эффект дохода и эффект замещения по Слуцкому и Хиксу.

2.4. Уравнение Слуцкого. Перекрестные эффекты. Уравнение Слуцкого в перекрестных эффектах. Асимметрия перекрестных эффектов. Перекрестная эластичность. Товары-заменители и дополняющие товары.

2.5. Прямая и обратная функция спроса. Неценовые факторы, сдвигающие спрос. Индивидуальный и рыночный спрос. Прямая и обратная функция предложения. Неценовые факторы, сдвигающие предложение. Точка равновесия. Дефицит и излишки.

2.6. Потребительский излишек и излишек производителя. Оптимальный объем производства с точки зрения монополиста и с точки зрения максимизации общественного благосостояния.

Раздел 3. Теория фирмы

3.1. Карта изоквант и MRTS. Отдача от масштаба.

3.2. Производственные функции. Основные виды производственных функций: Кобба-Дугласа, линейная, Леонтьева.

3.3. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки. Цена отсечения и цена безубыточности. Определение оптимального объема производства.

3.4. Сравнение протяженных во времени инвестиционных проектов. Дисконт. Чистая текущая стоимость. Внутренняя норма доходности.

3.5. Принятие решений в условиях неопределенности. Критерии Вальда, крайнего оптимизма, Гурвица, Лапласа, математического ожидания, Сэвиджа.

3.6. Жизненный цикл товара. Фазы жизненного цикла. Поведение фирм.

Раздел 4. Рыночные структуры:

4.1. Понятие рыночных структур и их классификация. Показатели концентрации фирм на рынке. Индекс Лернера и рыночная власть фирм.

4.2. Совершенная конкуренция. Кривая предложения фирмы и отрасли.

4.3. Монополия. Формирование монопольной цены. Сокращение объемов потребления по сравнению с равновесными. Естественная и искусственная монополия. Монопсония.

4.4. Особенности монополистического ценообразования. Ценовая дискриминация первой, второй и третьей степени. Двойной тариф.

4.5. Олигополия без сговора. Объем как стратегическая переменная. Модели Курно и Штакельберга.

4.6. Олигополия без сговора. Цена как стратегическая переменная. Ценовая война Бертрана. Парадокс Бертрана и его разрешение.

4.7. Олигополия со сговором. Лидерство в ценах. Картель. Картель и конкурентное окружение.

4.8. Модели пространственной дифференциации товара Хотеллинга.

4.9. Вертикальная интеграция. Стимулы к вертикальной интеграции. Последствия вертикальной интеграции.

4.10. Модели рынка с асимметричной информацией. Стоимость и цена информации. Модели Акерлофа.

4.11. Модели поиска при ограниченной информации. Модель Стиглера.

4.12. Динамические модели. Товары длительного пользования и патенты.

5.2. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых дисциплин	№№ разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых дисциплин								
1.	Экономика фирмы	1	2	3	4					
2.	Экономика отраслевых рынков	3	4							
3.	Мат. модели несов. конкуренции	3	4							
4.	Экономика общественного сектора	1	2	3	4					
5.	Эконометрика	1	2	3	4					
6.	Экономико-матем. моделирование	1	2	3	4					

5.3. Разделы и темы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименов. раздела	Наименов. темы	Виды занятий в часах					
			Лек.	Практ.	Семин	Лаб.	СРС	Всего
1.	Раздел 1	Темы 1.1-1.6	2.5	5			44	51.5
2.	Раздел 2	Темы 2.1-2.6	2.5	5			44	51.5
3.	Раздел 3	Темы 3.1-3.5	2.5	5			44	51.5
4.	Раздел 4	Темы 4.1-4.12	2.5	5			45	52.5

5.4. ПЕРЕЧЕНЬ СЕМИНАРСКИХ, ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формир. компетенции
1.	Раздел 1	Темы 1.1-1.6	5	Опрос	ПК-1
2.	Раздел 2	Темы 2.1-2.6	5	Опрос	ПК-1

3.	Раздел 3	Темы 3.1-3.5	5	Опрос	ПК-1
4.	Раздел 4	Темы 4.1-4.12	5	Опрос	ПК-1

План самостоятельной работы студентов

№	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов
1.	Разделы 1-4	Подготовка к практическим занятиям.	Проработать лекционный материал. Решить задачи	[1-3]	177
2.	Разделы 1-4	Подготовка к экзамену	Проработать лекционный материал. Решить задачи.	[1-3]	9

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовые работы по дисциплине отсутствуют.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Основная литература

1. Джейли Д.А. Микроэкономика [Текст] : продвинутый уровень : учеб. / Д. А. Джейли, Ф. Д. Рени ; пер. с англ.: В. П. Бусыгина, М. И. Левина, Е. В. Покатович. - М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2011. - 733 с. - Пер. изд. : Advanced microeconomic theory / Geoffrey A. Jehle, Philip J. Reny. - 2001. - ISBN 978-5-7598-0362-1
Экз-ры: нф А629667; физмат 33140(15 экз.)

2. Филатов А.Ю. Математические модели несовершенной конкуренции [Текст] : учеб. пособие для студ. матем. и экон.-матем. спец. ун-тов / А. Ю. Филатов, Н. И. Айзенберг ; рец.: С. А. Дзюба, А. В. Савватеев ; Иркутский гос. ун-т, Ин-т мат., экон. и информ. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2012. - 117 с. - ISBN 978-5-9624-0740-1
Экз-ры: нф А636621; физмат 33598(50 экз.)

3.Филатов А.Ю. Математическая экономика в задачах [Текст] : учеб. пособие / А. Ю. Филатов; рец.: С. А. Дзюба, А. В. Савватеев ; Иркутский гос.

ун-т, Ин-т математики, экономики и информ. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. - 122 с. - ISBN 978-5-9624-0910-8
Экз-ры: нф А639030; нф А639048; физмат 34084(97 экз.)

б) Дополнительная литература

Вэриан Х. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход [Текст]: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / Х.Р. Вэриан ; Пер.с англ. под ред. Н.Л.Фроловой. - М.: Юнити, 1997. - 767 с. - ISBN 5851730722
Экз-ры: нф А553178; нф А556785; физмат 9794(12 экз.); истфил 9794(1 экз.)

Пиндайк Р. Микроэкономика [Текст] : пер.с англ. / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. - М.: Дело, 2000. - 807 с. - (Зарубежный экономический учебник). - ISBN 5774900983
Экз-ры: нф А564590; физмат 14631(2 экз.)

Гальперин В.М. Микроэкономика [Текст] : в 2т. / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов; Общ. ред. В.М. Гальперина. - СПб.: Экономич. школа. Т.1. - 1994. - 349 с. - ISBN 590028044
Экз-ры: нф А521882; нф А521963; нф А521964; истфил 8981(2 экз.); физмат 8981(15 экз.); биолог 8981(3 экз.); геохим 8981(3 экз.); геолог 8981(2 экз.); междфак 8981(3 экз.)

в) Программное обеспечение нет

г) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
нет

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения части занятий требуется презентационное оборудование: проектор и экран.

9. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Сочетание традиционных образовательных технологий в форме лекций и практических занятий с интерактивными формами обучения в виде диалога и дискуссий, разбора кейсов, деловых игр, компьютерного моделирования ситуаций. Значительное место в рамках курса уделяется решению задач. Активно используется статейный материал, видео, презентации. Постоянно проводятся самостоятельные и контрольные работы.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

10.1. Оценочные средства для входного контроля (могут быть в виде тестов с закрытыми или открытыми вопросами).

Не предусмотрены.

10.2. Оценочные средства текущего контроля формируются в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе.

Примерные варианты тестов:

Выбрать все верные ответы (от 1 до 5) из пяти предложенных.

1. Цена понизилась с 200 до 100 рублей. Она понизилась

+A. На 50%.
B. На 100%.
+C. На 100 руб.
D. В 0,5 раза.
E. В 1,5 раза.

2. Если спрос задан функцией q_D=70–4*p*, по каким ценам можно продать 10 единиц продукции?

A. +*p*=10. B. +*p*=15. C. *p*=20. D. *p*=30. E. *p*=70.

3. Среди следующих функций функциями предложения являются следующие:

A. $q = 10 - p$.
B. $q = 10 + p$.
C. $+p = 10 + q$.
D. $+q = p - 10$.
E. $+q = 10p - 1$

4. Среди предложенных зависимостей найти функции спроса

A. $q = 50p - 2500$
B. $p = 0{,}2q + 300$
C. $+q = 200/(p+4)$
D. $q = -100 - p$
E. $+q = 81 - p^2$

5. Если спрос на двух региональных рынках задан соотношениями *p* = 50–2*q* и *p* = 75–0,5*q*, суммарный спрос запишется следующим образом:

A. $p = 125 - 2{,}5q$.
B. $p = 62{,}5 - 1{,}25q$.
C. $+p = 70 - 0{,}4q$.
D. $q = 50 - 0{,}8p$.
E. $+q = 175 - 2{,}5p$.

6. Функция предложения имеет вид *q* = 20*p*–1000. Обратная функция предложения

A. $q = 1 / (20p - 1000)$
B. $q = 1000 - 20p$
C. $+p = 0{,}05q + 50$
D. $p = 50 - q / 20$
E. $+p = 50 + q / 20$

7. Уменьшение цены на 20% при прочих равных условиях может

A. +Увеличить продажи на 10%.
B. Уменьшить продажи на 10%.
C. Уменьшить выручку на 30%.
D. +Увеличить выручку на 10%.
E. +Увеличить выручку на 40%

8. Какие из факторов могут увеличить предложение товара?

A. Сезонное повышение спроса
D. +Увеличение государственных субсидий

B. Увеличение рекламы товара E. Увеличение доходов потребителей
C. +Сокращение цены сырья, из которого сделан товар

9. К положительному сдвигу спроса на товар низшей категории приводит.

A. Снижение цены продукции. D. Снижение цены конкурента
+B. Снижение дохода потребителей. E. Снижение издержек производства.
C. Снижение налогов.

10. К дополняющим товарам относятся

A. Хлеб и молоко. D. Один товар, продаваемый в разных местах.
+B. Автомобили и бензин. +E. Товар и аксессуары к нему.
C. Похожие модели, производимые разными производителями.

11. Автомобили и бензин являются

A. Товарами-заменителями D. Товарами-субститутами
B. +Дополняющими товарами E. +Товарами-комплементами
C. +Нормальными товарами

12. При росте доходов потребителей повышается доля расходов на следующие товары:

A. Товары низшей категории. D. +Товары роскоши.
B. Товары первой необходимости. E. На все товары падает.
C. Все нормальные товары.

13. Эластичность спроса на недвижимость по доходу

A. +Положительна. D. Сокращается в долгосрочном периоде.
B. Отрицательна. E. +Возрастает в долгосрочном периоде.
C. Близка к нулю.

14. Перекрестная эластичность положительна для следующих групп

+A. Товары-заменители. +D. Субституты.
B. Дополняющие товары. E. Товары Гиффена.
C. Комплементы.

15. Потребитель на молоко ценой 40 руб. и хлеб ценой 20 руб. готов потратить в месяц в пределах 800 руб. Допустимыми наборами для него будут

A. (20; 40). D. +(10; 20).
B. +(0; 30). E. +(5; 25).
C. (30; 0).

16. Если некоторый набор товаров лежит ниже бюджетной линии, то

A. +Он доступен для потребителя D. +Можно потреблять больше всех товаров
B. Он является оптимальным E. Все утверждения – неверны
C. +На него не тратятся все имеющиеся в распоряжении потребителя средства

17. При двукратном увеличении бюджета, выделяемого на бытовую технику и одежду

A. +Максимально возможное потребление бытовой техники вырастет вдвое.
B. +Максимально возможное потребление одежды вырастет вдвое.
C. Оптимальное потребление бытовой техники и одежды вырастет вдвое.
D. +Будет осуществлен параллельный сдвиг бюджетного ограничения.

E. Будет осуществлен разворот бюджетного ограничения.

18. Распространенными функциями полезности являются функции:

A. Диксита-Стиглица.
+B. Кобба-Дугласа.
+C. Леонтьева.
D. Самуэльсона.
E. Смита-Рикардо.

19. Линейная функция полезности описывает потребление

A. Независимых товаров.
B. +Совершенных заменителей.
C. Совершенных дополняющих товаров.
D. Совершенных комплементов.
E. +Совершенных субститутов.

20. Бюджет потребителя в точке оптимум делится пополам для функций полезности

A. +$u = xy$
B. $u = x+y$
C. $u = (x+y)/2$
D. +$u = x^2y^2$
E. $u = 0{,}5x+0{,}5y$

21. Если урожайность картофеля в России 150 ц/га, а в Китае 200 ц/га, урожайность риса в России 30 ц/га, а в Китае 120 ц/га, то Китай обладает

A. +Абсолютными преимуществами в выращивании картофеля
B. Относительными преимуществами в выращивании картофеля
C. +Абсолютными преимуществами в выращивании риса
D. +Относительными преимуществами в выращивании риса
E. Относительными преимуществами по обоим продуктам

22. Если писатель может написать за год 5 повестей или 2 романа, то альтернативные издержки написания одного романа составляют

A. 0,4
B. +5/2
C. 2/5
D. +2,5
E. 5,2

23. К общественным благам относятся

A. +Планируемый полет на Марс
B. Железнодорожный транспорт
C. Электроэнергетика
D. Кабельное телевидение
E. +Концерт в честь Дня Города

24. Прибыль фирмы

A. Равна сумме выручки и издержек.
+B. Равна разности выручки и издержек.
C. Равна произведению выручки и издержек.
D. Равна отношению выручки к издержкам.
E. Равна произведению цены и объема продаж.

25. Постоянные издержки – это издержки

A. Которые фирма несет постоянно
B. Нулевые при отсутствии пр-ва
C. +Не влияющие на оптимальный объем производства
D. Зависящие от объема пр-ва
E. +Не зависящие от объема пр-ва

26. При оптимальном объеме производства на рынке совершенной конкуренции

A. Максимизируется выручка. D. Эластичность спроса равна нулю.
+B. Цена равна предельным издержкам. E. Эластичность спроса равна единице.
+C. Достигается равенство предельной выручки и предельных издержек.

27. Для совершенной конкуренции характерны следующие черты:

A. Фирмы контролируют цены. D. +Фирмы продают однородный товар.
B. +Фирмы – ценополучатели. E. Фирмы продают дифференцир.товар.
C. Фирмы ведут стратегическое взаимодействие друг с другом.

28. Ценовая дискриминация

A. +Бывает 2-й и 3-й степени D. +Увеличивает общест.благосостояние
B. +Увеличивает прибыли фирм E. Особенно распространена в Африке
C. +Означает продажу продукции разным потребителям по разным ценам

29. Ценовым лидером в олигополии может стать

A. +Крупнейшая фирма D. Фирма с максимальными издержками
B. Наименее эффективная фирма E. +Картель, объединивший несколько фирм
C. +Фирма, лучше остальных чувствующая рыночную конъюнктуру

30. Равновесием Нэша называется

A. Равенство спроса и предлож. D. Равенство доходов и расходов бюджета.
B. Общественный оптимум. E. Равенство экспорта и импорта.
C. +Ситуация, в которой никому не выгодно менять стратегию поведения.

Примерные задания для контрольных работ:

1. Фирма, производящая продукцию с неизменными предельными издержками, составляющими половину цены, провела распродажу со скидкой 20%, тем самым увеличив объем продаж в 1,5 раза. Оценить полученный экономический эффект.
2. Рынок анобтаниума характеризуется постоянной эластичностью спроса, равной по модулю единице. Какие можно дать рекомендации относительно ценовой политики компании, владеющей монопольной лицензией на добычу анобтаниума?
3. Эластичность спроса на одежду эфиопского модельного дома «Дыран Аштанах» по цене равна –2,5, а по доходу равна –2. Как он должен изменить ценовую политику для роста продаж на 80% в ситуации экономического кризиса, в результате которого доходы населения упали на 10%? Эластичности указаны для начальной ситуации.
4. Соотнести указанные пары товаров с описывающими их функциями полезности, указав какой паре товаров из первого столбца соответствует какая функция полезности из второго. Здесь x – объем покупок первого из представленных товаров, y – объем покупок второго из представленных товаров. Ответ объяснить.

Одежда и продукты питания	$U = x + 2y$
Соки в одно- и двухлитровых пакетах	$U = \min\{x; y/2\}$
Чай и кофе	$U = xy^2$
Гаджет и 2 батарейки, подходящие исключи-	$U = \sqrt{x} + 2\sqrt{y}$

тельно к нему	

5. Путешественник Франциско Гольджано с экзотической функцией полезности $u = 29{,}03/\left(2013 - \sqrt{xy}\right)$ тратит в год 3000 евро на авиаперелеты (товар x) ценой 125 евро и железнодорожные переезды (товар y) ценой 60 евро. Сколько раз в год он будет летать на самолетах и ездить на поезде в целях максимизации полезности?
6. Путешественник Франциско Гольджано, получив наследство, решил потратить его на свое любимое занятие. Кроме того, из своих доходов он выделяет ежегодно на поездки фиксированную сумму. Если он будет ездить в путешествия 6 раз в год, деньги у него закончатся через 12 лет, при 5 путешествиях это печальное событие наступит через 16 лет. Сколько раз в год он может путешествовать, чтобы денег хватило на 24 года.
7. Фирма-монополист, организующая туры на внутренний Байкал с издержками c=2 тыс.руб. за тур, работает на рынке с постоянной эластичностью спроса, равной –3. Известно, что оптимальный объем продаж составляет 10 тыс. туров в год. Оценить функцию спроса на рынке Какую цену необходимо установить, если портал до внутреннего Байкала в состоянии пропустить в год не более 2160 туристов?
8. Группа программистов в неделю слушает 15 часов лекционных занятий и 15 часов практикуется в компьютерном классе, а группа экономистов слушает 24 часа лекций и проводит 6 часов практики на компьютерах. В университете имеется в наличии 10 лекционных аудиторий и 5 компьютерных классов, работающих по 36 часов в неделю. Может ли университет обучать 14 групп программистов? 14 групп экономистов? 5 групп программистов и 12 групп экономистов? Сколько групп студентов должен обучать университет, чтобы все аудитории и компьютерные классы оказались заполненными? Если государство за группу программистов платит в полтора раза больше, чем за группу экономистов, каков будет оптимальный набор?
9. Спрос на рынке бурятских поз задан линейной функцией, а предельные издержки не зависят от объемов производства. Производитель-монополист «Наран», ошибочно ставший максимизировать выручку, а не прибыль, занизил цену на 10 руб., отчасти компенсировав это ростом продаж на 40%. Какова должна быть оптимальная цена монополиста?
10. Розничный магазин в зависимости от количества L продавцов обслуживает в день $q = 100\sqrt{L}$ клиентов, каждый из которых в среднем осуществляет покупок на 300 руб. Наценка магазина составляет 25% к оптовой цене, включающей доставку. Организация одного места продавца обходится в сутки в 1,5 тыс.руб. Других расходов у магазина нет. Сколько продавцов выгодно нанять владельцу магазина? Какова при этом окажется прибыль?

11. Годовой спрос на настойку радости, себестоимость производства которой составляет 1 тыс. руб. за порцию, составляет (20 – 2p) млн. порций. Найти оптимальную цену, объем продаж и прибыль, которую при этом получит монополист-производитель. Готов ли монополист-производитель заплатить 8 млрд. руб. за рекламную компанию, в результате которой спрос вырастет на 2 млн. порций? Какую максимальную цену монополист-производитель готов заплатить за такую рекламную компанию?
12. Спрос на вселенское счастье составляет q_D = (100 – 100p)a, млн долек, где p – цена за дольку, тыс. руб., a – рекламные вложения, млрд руб. Издержки его производства (не считая рекламы) равны 0,005q^2+0,5q (млрд руб.). Каков будет итог деятельности предприятия при отсутствии рекламы? Какой уровень рекламных вложений лучше – 2 или 8 млрд руб.? Каков оптимальный уровень рекламных вложений? Каковы будут при этом цена и объем производства?
13. На рынке со спросом $p = a - 0{,}5Q$ действует компания, планирующая осуществлять производство на двух заводах. Издержки производства на первом заводе составляют $TC_1 = 25 + 0{,}5q_1^2$, а на втором – $TC_2 = 32 + 6q_2$. Описать поведение компании в зависимости от рыночного спроса. При каких значениях параметра a ей будет выгодно совсем не открывать производство? Когда выгодно запускать только первый завод? Только второй? Оба?
14. На рынке настойки радости, спрос на которую составляет (20 – 2p) млн. порций в условиях количественной олигополии действуют две фирмы. Фирма «Бета» с издержками производства в 1 тыс. руб. за порцию максимизирует свою прибыль, ориентируясь на поставки конкурента. Более дальновидная фирма «Альфа» понимает, что своими поставками изменяет поведение конкурента и максимизирует свою прибыль с учетом этого. В то же время фирма «Альфа» производит продукцию с большими издержками и поэтому ее доля на рынке составляет меньше 50%. Оценить возможный размер издержек производства единицы продукции для фирмы «Альфа».
15. На рынке радости работают 2 фирмы «Оптимум» и «Пессимум», производящие продукцию с издержками 20 руб. за дольку. «Оптимум» оценивает спрос функцией $Q = 100 - p$ (тыс.долек), а «Пессимум» – функцией $Q = 80 - p$, при этом считая, что конкурент оценивает спрос так же. Каковы будут ожидаемые объемы поставок в условиях количественной олигополии Курно?
16. На рынке радости со спросом $Q = 100 - p$ (тыс.долек) работают 2 фирмы «Оптимум» и «Пессимум», производящие продукцию с издержками 20 руб. за дольку. Их производственные мощности составляют соответственно 50 и 54 тыс. долек. Фирмы, ведя стратегическое поведение, срав-

нивают, что выгоднее: снижать цену и завоевывать рынок, загружая все имеющиеся мощности, или устанавливать монопольную цену, работая на остаточном спросе. Отыскать критическую цену, при которой происходит переключение стратегий для случая случайного и эффективного рационирования (продукцию конкурента приобретают случайные покупатели или покупатели, наиболее ценящие продукт, спрос сдвигается пропорционально или параллельно).

17. В лесу проживает 80 зайцев, объединившихся в *n* фирм и производящих *n* разновидностей заячьего товара в условиях монополистической конкуренции, и 40 медведей, предоставляющих по одной медвежьей услуге в день по цене в один зеленый. Все жители леса обладают идентичными предпочтениями – 80% тратя на заячьи товары и 20% на медвежьи услуги. При этом полезность от приобретения *n* разновидностей заячьего товара задана функцией $U = \sqrt{q_1} + ... + \sqrt{q_n}$. Для производства фирмой *q* единиц заячьего товара в день требуется нанять на работу $l = 2q + 1$ зайцев, каждому из которых нужно платить зарплату *w*. Других издержек нет. Найти, сколько фирм-производителей разместится на таком рынке, их размер, объем производства, цену и уровень зарплат, сложившийся на рынке труда.

10.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена или зачета).

Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену:

1. Потребительские предпочтения. Аксиомы рационального выбора. Кривые безразличия и функции полезности. Монотонные преобразования функций полезности.
2. Особые виды предпочтений. Особые виды кривых безразличия. Дополнительные аксиомы. Функции полезности: Кобба-Дугласа, линейная, квазилинейная, Леонтьева.
3. Бюджетное ограничение. Множество потребительских возможностей. Оптимальный выбор. Теория выявленных предпочтений.
4. Особые виды множества покупательских возможностей.
5. Изменение дохода потребителя. Эластичность спроса по доходу. Кривая Энгеля. Нормальные товары и товары низшей категории.
6. Изменение цены товара. Выведение функции спроса на основе теории потребительского поведения. Эластичность спроса по цене. Товары Гиффена.
7. Изменение цены товара. Эффект дохода и эффект замещения по Слуцкому.
8. Изменение цены товара. Эффект дохода и эффект замещения по Хиксу.
9. Уравнение Слуцкого в прямых и перекрестных эффектах. Асимметрия перекрестных эффектов. Перекрестная эластичность. Товары-заменители и дополняющие товары.

10. Прямая и обратная функция спроса. Неценовые факторы, сдвигающие спрос. Индивидуальный и рыночный спрос.
11. Прямая и обратная функция предложения. Неценовые факторы, сдвигающие предложение. Точка равновесия. Дефицит и излишки.
12. Потребительский избыток и избыток производителя. Оптимальный объем производства с точки зрения монополиста и с точки зрения общества.
13. Паутинообразная модель рынка. Сходящийся, расходящийся и постоянный процесс.
14. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки. Цена закрытия и цена безубыточности. Два способа определения оптимального объема производства.
15. Производственные функции. Основные виды производственных функций: Кобба-Дугласа, линейная, Леонтьева. Эффект масштаба.
16. Оценка эффективности длительных во времени инвестиционных проектов. Дисконт. Чистая текущая стоимость. Внутренняя норма доходности.
17. Отраслевые рынки: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.
18. Монополия. Формирование монопольной цены. Сокращение объемов поставок по сравнению с равновесными. Естественная и искусственная монополия. Монопсония.
19. Особенности монополистического ценообразования. Ценовая дискриминация первой, второй и третьей степени. Двойной тариф.
20. Олигополия без сговора. Объем как стратегическая переменная. Модели Курно и Штакельберга.
21. Олигополия без сговора. Цена как стратегическая переменная. Ценовая война Бертрана. Парадокс Бертрана и его разрешение: динамическая конкуренция; модель Эджворта; возрастающие предельные издержки; несовершенная ценовая эластичность спроса.
22. Олигополия со сговором. Лидерство в ценах. Модель Форхаймера. Картель. Картель и конкурентное окружение.
23. Модели олигополии с ограничениями входа: модель Спенса; модель Сэлопа со случайным, эффективным и анти-эффективным рационированием.
24. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга.
25. Стратегическое ценообразование. Ценовые политики.
26. Вертикальная интеграция. Стимулы к вертикальной интеграции. Последствия вертикальной интеграции.
27. Модели рынка с асимметричной информацией. Стоимость и цена информации. Модели Акерлофа.
28. Модели поиска при ограниченной информации. Модель Стиглера.
29. Динамические модели. Товары длительного пользования и патенты.

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предва-

рительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.