

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВПО «АмГУ»)

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

сборник учебно-методических материалов

для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

направленность (профиль) образовательной программы «Стратегическое управление»

Благовещенск, 2015 г.

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного университета

Васильева А.В., составитель

Управленческая экономика: сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) образовательной программы «Стратегическое управление» / сост. А.В. Васильева. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2015.

Рассмотрен на заседании кафедры экономики и менеджмента организации 01.09.2015 г., протокол № 1.

1. КРАТКИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Основы управленческой экономики

Вопросы темы 1:

Постановка целей и выявление ограничений. Понимание сущности прибыли и ее значения. Понимание мотивации. Понимание законов рынка. Понимание стоимости денег во времени. Использование анализа по предельным показателям.

Менеджер – это специалист, который руководит использованием ресурсов для достижения поставленных целей.

Экономика – это наука принятия решений в условиях ограниченности используемых ресурсов.

Управленческая экономика – это учебный курс, в котором изучаются способы, при помощи которых менеджер руководит использованием ограниченных ресурсов таким образом, чтобы достичь поставленной цели наиболее эффективным способом.

Альтернативные издержки использования ресурсов включают как денежные затраты на ресурсы, так и вмененные издержки, связанные с отказом заниматься наилучшим из доступных альтернативных видов деятельности.

Экономическая прибыль – это разница между общими поступлениями и общими альтернативными издержками производства товаров и услуг.

Прибыль сигнализирует владельцам ресурсов о том, где в обществе в настоящее время эти ресурсы ценятся больше всего.

Функция дисконтирования позволяет определить настоящую стоимость суммы, если известна ее величина в будущем при данных периоде накопления и процентной ставке. (настоящая стоимость, текущая или приведенная являются синонимами).

Формула дисконтирования:

$$PV = S * \frac{1}{(1+i)^n}$$

где PV – текущая стоимость;

S – известная в будущем сумма;

i – процентная ставка;

n – число периодов начисления процентов.

Функция дисконтирования является обратной по отношению к функции сложного процента.

Максимизация прибыли означает максимизацию стоимости компании, в качестве которой выступает текущая стоимость всех ее будущих прибылей.

Если прирост прибылей компании меньше процентной ставки и оба эти показателя постоянны, максимизация текущей стоимости будущих прибылей эквивалентна максимизации.

Предельные выгоды (MB) от использования ресурса, которым может распоряжаться менеджер, – это изменение величины общих выгод в результате изменения количества этого ресурса.

$$MB = \Delta B / \Delta Q.$$

Предельные издержки (MC) использования ресурса, которым может распоряжаться менеджер, – это изменение величины общих издержек в результате изменения количества этого ресурса:

$$MC = \Delta C / \Delta Q.$$

Чтобы максимизировать чистые выгоды, менеджер должен увеличивать имеющийся в его распоряжении ресурс до тех пор, пока предельные выгоды не сравняются с предельными издержками. При достижении этого равенства предельные чистые выгоды становятся нулевыми, и никакое добавление ресурса не может сделать этот показатель положительным.

Когда ресурс Q , которым может распоряжаться менеджер, можно делить на сколь угодно малые части, наклон кривой при заданном значении используемого ресурса Q является предельным значением в этой точке. В частности, наклон кривой общих выгод при заданном значении используемого ресурса Q является предельной выгодой, наклон кривой общих издержек – предельными издержками, а наклон кривой чистых выгод – предельной чистой выгодой в этой точке.

Поскольку наклон функции в какой-то точке является ее производной в этой точке, то производная заданной функции – предельное значение этой функции.

Тема 2. Рыночные силы: спрос и предложение

Вопросы темы 2:

Спрос: факторы смещения спроса, функция спроса, потребительский выигрыш.
Предложение: факторы смещения предложения, функция предложения, выигрыш производителя. Рыночное равновесие. Ценовые ограничения и рыночное равновесие.

Если цена на товар возрастает (снижается), то при прочих равных условиях величина спроса на него соответственно понижается (растет).

Кривая рыночного спроса показывает общее количество товара, которое все потребители в совокупности хотят и могут купить по каждой из возможных цен, с учетом того, что остальные значимые факторы, такие, как цена взаимозаменяющих товаров, затраты на рекламу и тому подобное, остаются постоянными.

Изменения в цене товара X ведут к изменению величины спроса на этот товар. Это соответствует перемещению по приведенной выше кривой спроса. Изменения переменных, помимо цены влияющих на цену товара X , таких, как доход потребителя или цена на другие аналогичные товары Y , ведут к изменению спроса. В этом случае осуществляется смещение всей кривой спроса.

Товар, спрос на который при росте (снижении) потребительских доходов повышается (падает), называется нормальным товаром.

Товар, спрос на который при росте (снижении) потребительских доходов падает (повышается), называется низшим товаром.

Товары, спрос на которые увеличивается (снижается) при повышении (понижении) цен на другие товары, называются субститутами, или взаимозаменяемыми товарами.

Товары, спрос на которые увеличивается (снижается) при понижении (повышении) цен на другие товары, называются комплементарными, или взаимодополняющими товарами.

Функция спроса на товар X показывает то количество этого товара, которое будет куплено при различных ценах на него и на аналогичные товары, при различных уровнях дохода, а также при возможных значениях других переменных, которые влияют на спрос.

Потребительский выигрыш – это ценность, которую потребитель получает, не уплачивая за нее. Это показатель того, сколько дополнительно готов заплатить потребитель за конкретное количество единиц приобретаемого им товара. В геометрической форме потребительский выигрыш – это область, расположенная выше линии, проходящей через значение цены, уплаченной потребителем, но ниже кривой спроса.

Кривая рыночного предложения показывает общее количество товара, которое производители хотят и могут выпустить на конкурентный рынок по ценам в определенном диапазоне, зафиксировав при этом все остальные значимые факторы (цены используемых ресурсов, технологии и т.п.).

Если цена на товар увеличивается (снижается), то при прочих равных условиях количество предлагаемого этого товара на рынке растет (падает).

Тема 3. Количественный анализ спроса

Вопросы темы 3:

Эластичность спроса. Эластичность спроса в зависимости от собственной цены товара. Перекрестная эластичность спроса. Доходная эластичность спроса.

Эластичность спроса в зависимости от собственной цены товара – это показатель реакции рынка, т.е. изменения количества товара, требуемого на нем, после изменения его цены.

$$E_{Q_x, P_x} = \frac{\% \Delta Q_x^d}{\% \Delta P_x} \quad \% \Delta Q_x^d = \Delta Q / Q \quad \% \Delta P_x = \Delta P / P$$

Спрос является эластичным, если абсолютная величина его эластичности в зависимости от собственной цены товара превышает единицу:

Спрос является неэластичным, если абсолютная величина его эластичности в зависимости от собственной цены товара меньше единицы

Спрос определяется единичной эластичностью, если абсолютная величина его эластичности в зависимости от собственной цены товара равна единице

Если абсолютная величина эластичности спроса в зависимости от собственной цены товара меньше единицы (точки от А до D), повышение цены ведет к общему росту поступлений. Например, изменение цены программы от 5 до 10 долл. Приводит к приращению общих поступлений на 250 долл.

Если абсолютная величина собственной ценовой эластичности спроса товара больше единицы (точки от F до I), то увеличение цены товара приводит к падению общих поступлений. Например, когда цена возрастает с 25 долл. до 30 долл. (собственная ценовая эластичность спроса равна – 3,00), видно, что общие поступления становятся меньше на 150 долл.

Самой оптимальной комбинацией цены и реализуемого количества товара, с точки зрения максимизации общих поступлений, является та, которая соответствует точке E, где значение собственной ценовой эластичности спроса равно -1.

Выявление зависимости между изменениями цены товара, эластичностью спроса и размерами общих поступлений называется проверкой общих поступлений.

Абсолютно эластичный спрос – это спрос, если значение эластичности спроса в зависимости от собственной цены товара бесконечно по абсолютной величине. В этом случае кривая спроса расположена горизонтально.

Абсолютно неэластичный спрос – это спрос, если значение эластичности спроса в зависимости от собственной цены товара является нулевым. В этом случае кривая спроса расположена вертикально.

Факторы, влияющие на значение собственной эластичности: имеющиеся субституты, время, доля всех средств, выделяемых на покупку товара.

Тема 4. Теория индивидуального поведения

Вопросы темы 4:

Потребительское поведение. Бюджетное ограничение. Потребительское равновесие. Практическое применение анализа с использованием кривых безразличия. Зависимость между кривыми безразличия и кривыми спроса.

Потребительские возможности – это тот набор товаров и услуг, который может позволить себе потребитель. Потребительские предпочтения – это выбор потребителем конкретных товаров или услуг из всех возможных.

Если в отношении двух комбинаций у потребителя нет явно выраженного предпочтения к одной из них, говорят, что его выбор между комбинациями A и B в этом случае безразличен или: $A \sim B$.

Если потребитель считает, что комбинация A лучше комбинации B , то говорят, что он предпочитает комбинацию A комбинации B . Если это записать в символьном виде, то $A > B$.

Кривая безразличия – это множество комбинаций товаров X и Y , при которых потребитель получает один и тот же уровень удовлетворения. В этом случае потребителю все равно, какая у него будет комбинация из этого множества, так как он извлечет для себя из любой из них одну и ту же пользу.

Предельная ставка замещения (MRS) – это абсолютная величина наклона кривой безразличия. Предельная ставка замещения между двумя товарами – это степень желаяния потребителя заменить один товар другим, не сократив при этом предыдущий уровень удовлетворения.

Предполагается, что при ранжировании предпочтений учитываются четыре основные характеристики выбора: законченность, величина (чем больше, тем лучше), снижающаяся предельная ставка замещения и транзитивность.

а. Законченность предполагает, что потребитель может отранжировать по степени предпочтения все возможные для него комбинации или высказать безразличие ко всем из них.

б. Принцип чем больше, тем лучше означает, что если в комбинации A имеется по крайней мере такое же количество каждого товара, как и в комбинации B , а также превышение количества некоторых товаров по сравнению с комбинацией B , то комбинация A предпочтительнее, чем комбинация B .

в. Снижающаяся предельная ставка замещения означает, что по мере того как потребитель получает все большее количество товара X , его желание приобрести следующую единицу такого товара за счет отказа от части товара Y снижается.

г. Транзитивность означает, что для любых трех комбинаций, A , B и C . если $A > B$ и $B > C$, то $A > C$. Аналогично, если $A \sim B$ и $B \sim C$, то $A \sim C$.

Набор потребительских возможностей, который также иногда называется *бюджетным полем*, показывает все те комбинации товаров X и Y , одну из которых может позволить себе потребитель при заданном доходе M , а также при P_x и P_y – ценах товаров X и Y соответственно. Этот набор может быть выражен в математическом виде как $P_x X + P_y Y \leq M$.

Бюджетная линия – это такая комбинация товаров, при приобретении которых потребитель полностью тратит весь свой доход, т.е. $P_x X + P_y Y = M$.

Тема 5. Производственный процесс и издержки

Вопросы темы 5:

Производственная функция. Показатели продуктивности. Предельная продуктивность. Изокванты. Изокосты. Минимизация стоимости. Оптимальное ресурсное замещение. Стоимостная функция.

Анализ производства начинается с процесса, в котором для изготовления конечной продукции требуется только два исходных компонента:

K – количество используемого капитала;

L – количество используемого труда;

Q – объем выпускаемой продукции.

Производственная функция, обозначаемая $Q = F(K, L)$,

– это функция, определяющая тот максимум продукции, который может быть выпущен при заданных исходных ресурсах, например, труда (L) и капитала (K).

Переменными факторами производства являются те исходные ресурсы, которые менеджер может варьировать, чтобы обеспечить текущий объем выпускаемой продукции. К постоянным факторам относятся исходные ресурсы, которые менеджер при текущем производстве не контролирует.

Средняя продуктивность (AP) ресурса определяется как частное от деления показателя общего объема выпускаемой продукции на количество использованного ресурса. В частности, средняя продуктивность по труду AP_L определяется как

$$AP_L = Q/L,$$

а средняя продуктивность по капиталу

$$AP_K = Q/K.$$

Таким образом, средняя продуктивность – это показатель выпуска продукции на единицу исходного ресурса.

Предельная продуктивность MP – это изменение общего объема выпускаемой продукции из-за использования еще одной единицы ресурса. Так, предельная продуктивность капитала MP_K – это изменение общего объема выпускаемой продукции, деленное на приращение капитала, т.е.

$$MP_K = \Delta Q / \Delta K,$$

а предельная продуктивность труда MP_L – изменение общего объема выпускаемой продукции, деленное на приращение использованного труда, т.е.

$$MP_L = \Delta Q / \Delta L.$$

По мере возрастания количества использованных ресурсов предельная продуктивность сначала увеличивается (возрастающие предельные поступления), затем начинает снижаться, оставаясь положительной (снижающиеся предельные поступления), и, наконец, становится отрицательной (отрицательные предельные поступления).

Изокванта – это показатель, описывающий комбинацию ресурсов K и L , позволяющую производителю выпускать один и тот же объем продукции, или, другими словами, любая комбинация труда и капитала вдоль изокванты обеспечивает один и тот же объем выпускаемой продукции.

Изокоста – это линия, на которой располагаются комбинации ресурсов, затраты на которые для производителя одинаковые.

Тема 6. Оптимизация деятельности компании

Вопросы темы 6:

Методы приобретения ресурсов. Операционные издержки. Оптимальный способ приобретения ресурсов. Вознаграждение менеджера и проблема «работодатель - подчиненный».

Под наличным рынком понимают ситуацию, в которой покупатель и продавец ресурса встречаются, совершают обмен, а затем снова действуют независимо друг от друга.

Контракт – это правовой документ, лежащий в основе длительных отношений между конкретным покупателем и конкретным продавцом ресурса. В нем указываются условия совершения сделок сторонами в течение оговоренного периода времени, например, в течение 3 лет.

Если компания отказывается от получения ресурсов на стороне и производит их сама, специалисты говорят, что в компании осуществляется *вертикальная интеграция*.

Оптимальный способ приобретения ресурсов зависит от размеров операционных издержек различных способов приобретения ресурсов.

К операционным издержкам относятся затраты на поиск продавца необходимых ресурсов, на ведение с ним переговоров об условиях их продажи и т.д. Таким образом, операционные издержки включают в себя:

- а) затраты на поиски поставщика, готового продать имеющиеся у него ресурсы, необходимые компании-покупателю;
- б) затраты на обсуждение с поставщиком условий продажи указанных ресурсов (эти затраты могут выражаться в виде альтернативных стоимостей, оплаты услуг юристов и т.п.);
- в) другие расходы, необходимые для осуществления покупки.

Специализированные инвестиции – это затраты, на которые необходимо пойти, чтобы сделка между двумя сторонами состоялась, однако которые не нужны или нужны очень мало для других целей.

Территориальная специализация имеет место в тех случаях, когда покупатель и продавец ресурса должны размещать свои производственные структуры в непосредственной близости друг от друга, чтобы иметь возможность осуществлять эффективную поставку ресурса.

Специализация по физическим активам относится к ситуациям, когда капитальное оборудование, необходимое для производства ресурса, проектируется и изготавливается под специфические потребности конкретного покупателя этого ресурса и не может быть легко перенастроено для производства других видов сырья, требуемых на рынке.

Целевые активы — это активы на основе инвестиций, вложенных компанией-поставщиком под сделку с конкретным покупателем.

Специализированные инвестиции ведут к увеличению операционных издержек, так как в этом случае: 1) возрастают расходы на ведение переговоров об условиях сделки, 2) происходит недофинансирование и 3) возникают случайные зависимости.

Специализированная сделка – это сделка, для совершения которой стороны должны пойти на специализированные инвестиции.

Тема 7. Экономическая сущность отрасли

Вопросы темы 7:

Структура рынка. Показатели концентрации производства в отрасли. Динамика интеграционных процессов.

Под структурой рынка понимают совокупность элементов, определяющих функционирование рынка; сюда входят число компаний, действующих на рынке и конкурирующих друг с другом, относительный размер этих компаний (концентрация), технологические и стоимостные показатели, условия спроса, условия предложения, а также степень открытости рынка для появления на нем новых компаний или ухода с него прежних участников.

Доля концентрации – это показатель, свидетельствующий о том, какая часть общей выпущенной продукции приходится на крупнейшие компании в отрасли.

Если в отрасли действует множество компаний, размеры каждой из которых относительно невелики, показатель доли концентрации четырех компаний будет близок к нулю. И наоборот, если в отрасли действует четыре компании или меньше, этот показатель становится равным 1.

Чем ближе показатель доли концентрации четырех компаний к нулю, тем концентрация в отрасли меньше, а чем ближе этот показатель приближается к 1, тем степень концентрации выше.

Индекс Херфиндела–Хиршмана:

$$I_h = \sum D_i^2, \quad 0 < I_h \leq 1$$

где D_i – доля на рынке i – й фирмы в общем объеме реализации продукции данного ассортимента, доли единицы.

Значения индекса Херфиндела–Хиршмана лежат в диапазоне от 0 до 10 000. Верхнее значение (10 000) получается при полной концентрации, когда на рынке действует только одна компания. Нижнее значение (0) характерно для рынка, на котором действует бесконечное множество предельно небольших компаний.

В основу индекса Херфиндела–Хиршмана положены квадраты рыночных долей, а у показателя долей четырех – значения в первой степени, и поэтому при расчете индекса крупные компании "весят" больше.

Показатели концентрации долей четырех и индексов Херфиндела–Хиршмана являются завышенными для тех отраслей и секторов, на рынках продукции которых действует много иностранных конкурентов.

Показатели рыночной структуры (доли четырех и индексы Херфиндела–Хиршмана), рассчитанные на основе общенациональных данных, часто становятся более высокими, если их пересчитать для местного рынка.

Показатели рыночной структуры (доли четырех и индексы Херфиндела–Хиршмана) в значительной степени чувствительны к границам классификации видов продукции.

Тема 8. Управление компанией на рынке совершенной конкуренции и монополии

Вопросы темы 8:

Рыночный спрос и спрос на продукцию отдельной компании. Краткосрочные решения, связанные с объемом выпускаемой продукции. Решения о приостановке выпуска продукции. Долгосрочные решения. Источники монопольной мощи. Эффект масштаба производства. Эффект размеров. Стоимостное взаимодополнение. Патенты и другие правовые препятствия. Максимизация прибыли. Последствия от наличия на рынке вступительных барьеров.

Рынком с совершенной конкуренцией является структура, у которой:

- а) множество покупателей и множество продавцов, каждый из которых "мал" относительно всего рынка в целом;
- б) каждая компания на таком рынке предлагает гомогенный (т.е. один и тот же) вид продукции;
- в) покупатели и продавцы обладают всей необходимой для совершения сделок информацией;
- г) сделки на рынке осуществляются без операционных издержек;
- д) доступ на рынок новых участников и уход с него действующих там компаний происходят без каких-либо затруднений.

На рынке с совершенной конкуренцией кривая спроса на продукцию отдельной компании является просто рыночной ценой.

Предельные поступления – это изменения в поступлениях, вызванные реализацией последней выпущенной единицы продукции. В графическом виде предельные поступления эквивалентны наклону кривой поступлений.

Кривая спроса на продукцию отдельной компании на рынке с совершенной конкуренцией – это параллельная оси координат горизонтальная линия, проходящая через точку, соответствующую рыночной цене. Эта цена эквивалента предельным поступлениям этой компании:

$$D^f = P = MR.$$

Монополия – это рыночная структура, когда на рынке какого-то товара действует только одна компания и у этого товара нет близких субститутов.

Эффект масштаба производства существует в тех случаях, когда при увеличении объема выпускаемой продукции средние общие издержки снижаются. Отрицательный экономический эффект связан с противоположным явлением – повышением долгосрочных средних издержек при увеличении объема выпускаемой продукции.

Тема 9. Управление компанией на рынке монополистической конкуренции

Вопросы темы 9:

Условия для существования рынка с монополистической конкуренцией. Максимизация прибыли. Долгосрочное равновесное состояние. Последствия продуктовой дифференциации.

Отрасль является монополистически конкурентной, если

- а. на рынке ее продукции действует много покупателей и много продавцов;
- б. каждая компания отрасли выпускает свой продукт;

в доступ на рынок новых участников и уход с него старых осуществляются беспрепятственно.

Чтобы получить максимальную прибыль, компания, действующая на рынке с монополистической конкуренцией, должна иметь такой объем выпускаемой продукции, при котором ее предельные поступления равны предельным издержкам. А цена, при которой прибыли максимальны, является той наивысшей ценой, которую готовы платить потребители за указанный объем. Если выразить это в математическом виде, то оптимальный объем будет при

$$MR(Q^*) = MC(Q^*), \text{ а оптимальная цена – } P^* = P(Q^*).$$

В долгосрочном плане компании, действующие на рынке с монополистической конкуренцией, имеют объем выпускаемой продукции, при котором $P > MC$, $P = ATC >$ минимума средних издержек.

Тема 10. Основные модели олигополий

Вопросы темы 10:

Условия для формирования олигополии. Значение субъективного фактора и стратегические взаимодействия. Максимизация прибыли в четырех моделях олигополии: модель Суизи, Курно, Стакелберга, Бертрана.

Олигополия – это рыночная структура, при которой в отрасли действует относительно немного крупных компаний, объем выпускаемой продукции каждой из них достаточно велик по отношению ко всему рынку. Когда таких компаний всего две, существует специальный термин – дуополия.

Отрасль относится к олигополии Суизи, если

на рынке существует несколько компаний, обслуживающих многочисленных потребителей; компании выпускают дифференцированные виды продукции; каждая из компаний считает, что конкуренты не будут реагировать на повышение ею цены на свою продукцию, но будут снижать цену, если она ее снизит; существуют барьеры, препятствующие выходу на рынок другим участникам

Отрасль относится к олигополии Курно, если

на рынке существует несколько компаний, обслуживающих многочисленных потребителей; компании выпускают однородные или дифференцированные виды продукции; каждая из компаний считает, что конкуренты не будут менять объемов выпускаемой ими продукции, если она их изменит; существуют барьеры, препятствующие выходу на рынок другим участникам.

Функция реагирования – это функция, которая определяет оптимальный (в смысле получения прибыли) объем выпускаемой продукции компании при заданном объеме продукции другой компании.

Равновесие Курно – это ситуация, при которой ни у одной из компаний нет мотивов менять объем выпускаемой продукции при заданном объеме другой компании.

В графическом виде это равновесие соответствует точке пересечения двух функций реагирования.

Кривая одинаковых прибылей (изопрофа) – это функция, задающая комбинацию всех объемов выпускаемой продукции всех компаний, при которых рассматриваемая компания имеет один и тот же уровень прибыли.

Отрасль относится к олигополии Стакелберга, если на рынке существует несколько компаний, обслуживающих многочисленных потребителей; компании выпускают однородные или дифференцированные виды продукции; одна из компаний ("зачинщик") определяет объем выпускаемой ею продукции до того, как все остальные примут решение по этому вопросу; остальные участники рынка ("преследователи") принимают объем продукции "зачинщика" как данность и решают, каким должен быть объем выпускаемой ими продукции, чтобы в новых условиях их прибыль была максимальной; существуют барьеры, препятствующие выходу на рынок другим участникам.

Тема 11. Ценовые стратегии для компаний с рыночной мощью

Вопросы темы 11:

Основные стратегии ценообразования. Стратегии, обеспечивающие получение повышенной прибыли. Ценовые стратегии для специальных структур издержек и спроса. Ценовые стратегии на рынках с интенсивной ценовой конкуренцией.

Ценовая дискриминация – это политика установления разных цен на один и тот же продукт.

Ценовая дискриминация первой степени – это вариант продаж, к которому прибегает компания, когда каждый покупатель ее продукции платит максимально высокую для себя цену. В этом случае компания извлекает все излишки из потребителей и получает максимально высокую прибыль.

Ценовая дискриминация второй степени – это вариант продаж, к которому прибегает компания, когда она устанавливает дискретно снижающиеся цены для различных объемов выпускаемой ею продукции.

Ценовая дискриминация третьей степени – это вариант продаж, к которому прибегает компания, зная, что различные демографические группы по-разному ценят ее продукцию.

Компания может прибегнуть к ценовой дискриминации третьей степени, если выполняются следующие условия:

- а) потребители делятся на две группы, различающиеся эластичностью спроса;
- б) у компании есть возможность различать, к какой группе потребителей относится конкретный посетитель;
- в) не существует рынка перепродажи рассматриваемого товара.

Чтобы максимизировать прибыль, компания с рыночной мощью может прибегнуть к ценовой дискриминации третьей степени, если предельные издержки равны предельным поступлениям от каждой из групп потребителей.

Если в течение какого-то периода времени спрос на продукцию выше, чем обычно, компания может получить более высокую прибыль, если воспользуется стратегией пикового ценообразования: будет назначать высокую цену в часы пик и обычную – в остальное время.

Когда спрос на два товара, производимых одной компанией, является взаимозависимым из-за структуры издержек или из-за самого спроса, компания может повысить прибыль, воспользовавшись стратегией перекрестного субсидирования: продавая один из взаимосвязанных товаров по себестоимости или даже несколько ниже нее, но назначив относительно высокую цену на другой продукт.

Ценовая сбалансированность – это стратегия, при которой компания рекламирует свою цену и обещает, что она у нее будет соответствовать любой самой низкой цене, предлагаемой конкурентом.

Тема 12. Экономика информации

Вопросы темы 12:

Неопределенность и потребительское поведение. Отрицательное отношение к риску. Потребительский поиск. Асимметричная информация. Типы аукционов.

Асимметричная информация – это ситуация, когда одни участники рынка обладают большей информацией, чем другие.

Негативный отбор обычно возникает в тех случаях, когда у человека есть так называемые скрытые характеристики, т.е. черты, о которых он сам знает, но которые не проявляются открыто, и при заключении экономической сделки другая сторона не знает о них. Негативный отбор относится к ситуации, когда в результате отбора формируется группа людей с характеристиками, нежелательными с экономической точки зрения.

Скрытая опасность – это свойство, которое связано с тем, что одна из сторон прибегает к скрытым действиям, т.е. к тем, которые другая сторона не может контролировать или даже знать о них. Иногда одна сторона соглашается оградить от экономических убытков другую сторону в контракте. Если, например, в контракте предусматривается, что одна из сторон не будет нести убытков ни при каких обстоятельствах, то это, неизбежно, ведет к проблеме скрытой опасности.

Английский аукцион – это аукцион, на котором его участники, наблюдая ценовые предложения друг друга в отношении предмета, выставленного на торги, принимают решения, стоит ли им продолжать увеличивать свою цену. Аукцион заканчивается, когда останется единственный участник, предложивший самую высокую цену. Это лицо и считается победителем, оно выплачивает указанную сумму и получает предмет, из-за которого и шел аукционный торг.

Аукцион типа "по первой цене в запечатанных конвертах" – это аукцион, в котором участники подают одновременно размеры своих предложений о покупке выставленного на торги предмета на листах бумаги независимо друг от друга. Аукционист собирает заявки и объявляет победителем того, кто предложил самую высокую цену.

Аукцион типа "по второй цене в запечатанных конвертах" – это аукцион, в котором участники подают одновременно размеры своих предложений о покупке выставленного на торги предмета на листах бумаги независимо друг от друга. Аукционист собирает заявки и объявляет победителем того, кто предложил самую высокую цену, но выплачивать он должен сумму в размере заявки участника, занявшего по цене второе место.

Голландский аукцион – это аукцион со снижающимися размерами заявок на продажу, подаваемыми друг за другом. Продавец начинает торги с объявления предельно высокой цены, т.е. такой, по которой заведомо ни один из участников не станет покупать выставленный на торги предмет. После этого аукционист начинает снижать цену и доходит до цены, по которой кто-то из покупателей готов приобрести этот предмет. Это означает окончание аукциона по данному предмету.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ (УКАЗАНИЯ) К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практические занятия – одна из важнейших форм учебного процесса по дисциплине. На практические занятия выносятся узловые, наиболее важные и сложные вопросы, без знания которых ориентироваться в дисциплине невозможно. Поэтому главным условием усвоения курса является тщательная подготовка студента к каждому практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиям необходимо своевременно выяснить, какой объем информации следует усвоить, какие умения приобрести для успешного освоения дисциплины, какими навыками овладеть. Сведения о тематике занятий, количестве часов, отводимых на каждое занятие, список литературы, а также другие необходимые материалы содержатся в рабочей программе дисциплины.

Регулярное посещение занятий способствует успешному овладению профессиональными знаниями, помогает студентам наилучшим образом организовать время. Для подготовки к практическим занятиям обязательно посещение лекций, на которых рассматривается теоретическое содержание тем дисциплины. Для того, чтобы содержательная информация по дисциплине запоминалась, целесообразно изучать ее поэтапно – по темам и в строгой последовательности, поскольку последующие темы, как правило, опираются на предыдущие. При подготовке к практическим занятиям целесообразно до занятия внимательно 1–2 раза прочитать нужную тему, попытавшись разобраться со всеми теоретико-методическими положениями и примерами.

На практических занятиях студенты решают задачи. В процессе решения задач происходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения практических занятий заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала. Практическое занятие проводится в форме устного опроса студентов по вопросам практических занятий, а также в виде решения практических задач или практической ситуации.

В ходе подготовки к практическому занятию студенту следует внимательно изучить материалы лекции, а затем начать чтение учебной литературы. При работе над рекомендованными источниками и литературой необходимо помнить, что здесь недостаточно ограничиваться лишь беглым ознакомлением или просмотром текста. Необходимо внимательное чтение учебной литературы. Следует не ограничиваться одним учебником или учебным пособием, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к практическому занятию является изучение примеров решения задач. Для этого следует обратиться к практикумам по дисциплине. В ходе самостоятельной работы студенту необходимо отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

При подготовке к практическим занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в списке литературы.

Наиболее трудоемкой, но совершенно необходимой, частью подготовки к практическому занятию является конспектирование. Конспективная форма записи требует не только фиксации наиболее важных положений источника, но и приведения необходимых рассуждений, доказательств. Нередко в конспект включают и собственные

замечания, размышления, оставляемые, как правило, на полях. Конспект составляется в следующей последовательности:

а) после ознакомления с определенной темой составляется его план, записывается название источника, указывается автор, место и год издания работы;

б) конспективная запись разделяется на части в соответствии с пунктами плана.

Каждая часть должна содержать изложение какого-либо положения, а также его аргументацию. В ходе работы подчеркивается наиболее существенное, делаются пометки на полях.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Провести конспектирование материала;
4. Ответить на вопросы плана практического занятия;
5. Выполнить домашнее задание;
6. Проработать задания и задачи;
7. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Успешное усвоение дисциплины позволит студентам принимать активное участие в проводимых ежегодно научных конференциях, конкурсах научных работ.

Тема 1. Основы управленческой экономики

Определение временной оценки денежных потоков (функция «сложный процент», функция «дисконтирование», функция «текущая стоимость аннуитета», функция «периодический взнос на погашение кредита», функция «будущая стоимость аннуитета», функция «периодический взнос на накопление фонда»).

Определение оптимального уровня ресурса, которым может распоряжаться менеджер: случай с дискретными значениями ресурса.

1.1. Каковы источники соперничества, существующего на рынке, где действуют два и более покупателя и два и более продавца?

а, б, в.

1.2. Какие источники соперничества всегда встречаются на рынке, где действуют два и более покупателя и единственный продавец?

а, б.

1.3. Приведите формулу для вычисления текущей стоимости (PV) будущих денежных поступлений (FV), которые будут получены через n лет при процентной ставке в размере i .

1.4. Проанализировав формулу для вычисления значения текущей стоимости, скажите, как будет изменяться ее значение при увеличении процентной ставки (т.е. если i будет возрастать)?

1.5. Проанализировав формулу для вычисления значения текущей стоимости, определите, как будет изменяться ее значение, если прибыли в будущем будут поступать более длительное время (т.е. число n увеличится)?

1.6. Проанализировав формулу для вычисления значения текущей стоимости, определите, как будет изменяться ее значение, если размер будущих прибылей будет возрастать (т.е. величина FV увеличится)?

1.7. Объясните, не прибегая к формуле, какое условие необходимо, чтобы менеджер мог получить максимальные чистые выгоды от ресурса, которым он может распоряжаться.

Тема 2. Рыночные силы: спрос и предложение

Построение кривой спроса, предложения, рыночного равновесия на рынке. Определение потребительского выигрыша и выигрыша производителя. Определение последствий изменения спроса, предложения.

2.1. Объясните, чем различаются понятия "изменение спроса" и "изменение величины спроса".

2.2. Перечислите пять факторов, смещающих спрос, и поясните, в каком направлении относительно начала координат они смещают спрос.

2.3. Что такое потребительский выигрыш?

2.4. Объясните, чем различаются понятия "изменение предложения" и "изменение величины предложения".

2.5. Перечислите пять факторов, смещающих предложение спрос, и поясните, в каком направлении относительно начала координат они смещают предложение.

2.6. Что такое выигрыш производителя?

2.7. Чем определяются цена и количество товара на свободном рынке?

2.8. Что такое ценовой потолок?

2.9. К каким последствиям на рынке приводит введение ценового потолка?

2.10. Что такое ценовой пол?

2.11. К каким последствиям на рынке приводит введение ценового пола?

Тема 3. Количественный анализ спроса

Расчет эластичности спроса. Эластичность спроса в зависимости от собственной цены товара. Расчет эластичности и общих поступлений. Расчет перекрестной эластичности спроса. Расчет доходной эластичности спроса.

3.1. Означают ли понятия "эластичность" и "наклон кривой" одно и то же?

3.2. Перечислите три фактора, которые влияют на величину собственной ценовой эластичности спроса и поясните, как проявляются эти влияния.

3.3. Нанесите на рис. кривую линейного спроса, а затем ответьте на следующие вопросы.

а. Наклон – это постоянная вдоль всей кривой линейного спроса?

б. Собственная ценовая эластичность спроса постоянна вдоль всей кривой линейного спроса?

в. По мере того как опускаешься ниже по кривой линейного спроса, спрос становится все более (менее) эластичным?

3.4. Объясните, что вы можете предполагать, как слышите следующие утверждения:

а. Собственная ценовая эластичность спроса на пепси составляет -2.

б. Перекрестная эластичность спроса между хлебом и крекерами равна 4.

в. Перекрестная эластичность спроса между принтерами и компьютерами равна -3.

г. Доходная эластичность спроса на бумагу составляет 0,5.

д. Доходная эластичность спроса на виски равна -1,5.

е. Собственная рекламная эластичность спроса на компьютеры марки IBM составляет 1.

3.5. Укажите, как в следующих ситуациях повышение цены на товар X изменит (приведет к увеличению, снижению или оставит на прежнем уровне) общие поступления производителям этого товара.

а. Собственная ценовая эластичность спроса товара X равна -3.

б. Собственная ценовая эластичность спроса товара X равна -1.

в. Собственная ценовая эластичность спроса товара X равна -0,5.

Тема 4. Теория индивидуального поведения

Построение кривых безразличия и бюджетной линии. Определение потребительского равновесия.

Зависимость между кривыми безразличия и кривыми спроса.

4.1. Объясните, какие свойства, необходимые для обеспечения потребительских предпочтений, нарушаются в каждой из следующих ситуаций (или укажите, что никаких нарушений нет).

а. Сэм предпочитает один фунт говядины одному фунту мяса цыпленка, а один фунт мяса цыпленка – двум фунтам этого же мяса.

б. Сэм предпочитает один фунт говядины одному фунту мяса цыпленка, а один фунт мяса цыпленка – двум фунтам свинины.

в. Кривая безразличия Сэма такова, что он готов отказаться от одного фунта говядины, чтобы получить первый фунт мяса цыпленка, и готов отказаться еще от двух фунтов говядины, чтобы получить второй фунт мяса цыпленка.

г. Сэм не знает, что для него лучше – один фунт мяса цыпленка или один фунт говядины.

д. Сэму все равно, получить один фунт мяса цыпленка или один фунт говядины.

е. Сэм предпочитает один фунт говядины одному фунту мяса цыпленка, а один фунт мяса цыпленка – двум фунтам свинины, а два фунта свинины – одному фунту говядины.

4.2. Предположим, что цена на товар X составляет 3 долл., на товар Y – 5 долл., а величина потребительского дохода – 30 долл.

а. Каково уравнение бюджетной линии?

б. Напишите уравнение бюджетной линии в отрезках.

в. Какое максимальное количество товара X может быть куплено в этом случае?

г. Какое максимальное количество товара Y может быть куплено в этом случае?

д. Каков наклон бюджетной линии?

е. Нанесите график бюджетной линии на рисунок.

Тема 5. Производственный процесс и издержки

Построение производственной функции. Расчет показателей средней и предельной продуктивности. Построение изоквант, изокост. Определение стоимостной функции. Оптимальное ресурсное замещение. Определение средних, предельных издержек.

5.1. Предположим, что производственная функция задается выражением $Q = 3K + 14L$. Какова предельная продуктивность труда, если компания использует 9 единиц капитала и 6 единиц труда?

а. 3 в. 9

б. 6 г. 14

5.2. Предположим, что производственная функция задается выражением $Q = 3K + 4L$. Какова средняя продуктивность труда, если компания использует 2 единицы капитала и 0 единиц труда?

а. 2 б. 3 в. 6 г. Ни одно из приведенных значений.

5.3. Если производственная функция компании относится к леонтьевскому типу и если ставка оплаты труда возрастает,

а. компания для минимизации издержек будет замещать капитал на труд

б. компания для минимизации издержек будет замещать труд на капитал

в. компания для минимизации издержек будет использовать больше обоих видов ресурсов

г. ни один из приведенных вариантов не подходит.

5.4. Изменения в общих издержках, обусловленные выпуском еще одной единицы продукции, являются

- а. средней продуктивностью
- б. предельной продуктивностью
- в. предельными издержками
- г. средними издержками.

5.5. Выгодно ли изменять количество используемого труда, если

- а. стоимостная предельная продуктивность труда меньше ставки оплаты труда?
- б. стоимостная предельная продуктивность труда больше ставки оплаты труда?
- в. верно и а, и б?
- г. ни одно из приведенных выше утверждений не верно.

5.6. Если ставка оплаты труда равна 3 долл., ставка арендной платы капитала – 4 долл., то известно, что абсолютная величина наклона изокванты в точке, соответствующей минимальным издержкам, равна

- а. $3/4$
- б. $4/3$
- в. отношению количества капитала к количеству труда
- г. б и в.

5.7. Повышение ставки оплаты заработной платы приводит к тому, что

- а. изокванта становится более крутой
- б. изокванта становится менее крутой
- в. изокоста становится более крутой
- г. изокоста становится менее крутой.

5.8. Затраты, которые после того как они понесены, никак не могут быть возвращены, называются

- а. переменными издержками
- б. постоянными издержками
- в. невозвратными издержками
- г. ни одно из приведенных выше утверждений не верно.

Тема 6. Оптимизация деятельности компании

Определение операционных издержек. Определение оптимального способа приобретения ресурсов. Возможные решения проблемы «вознаграждение менеджера и проблема «работодатель - подчиненный». Силы, дисциплинирующие деятельность менеджера. Соучастие в прибыли. Соучастие в поступлениях. Сдельная оплата труда. Учет времени работы сотрудников и степени напряженности их труда.

6.1. Определите, какой из способов: наличный рынок, контрактные поставки или вертикальная интеграция, будет оптимальным вариантом, если

- а) операционных издержек не существует
- б) не нужно вкладывать средства в специализированные инвестиции
- в) необходимо осуществить значительные специализированные инвестиции, чтобы совершить сделку, а подготовка контракта стоит очень дорого.

6.2. Предположим, необходимо осуществить значительные специализированные инвестиции, чтобы совершить сделку, однако можно ожидать в результате этого и значительных поступлений в будущем. Относительно легко можно предсказать, как будут развиваться события. Какой способ получения ресурсов будет оптимальным в таких условиях и почему?

6.3. Перечислите основные преимущества при использовании различных способов решения проблемы "работодатель–подчиненный":

- а) Оплата по схеме соучастия в прибыли
- б) Использование временных таймеров
- в) Сдельная оплата труда.

6.4. Перечислите основные недостатки при использовании различных способов решения проблемы "работодатель–подчиненный":

- а) Оплата по схеме соучастия в прибыли
- б) Использование временных таймеров
- в) Сдельная оплата труда.

6.5. Менеджеры, которые физически не могут контролировать работу всех своих подчиненных, должны воспользоваться мотивационными или бонусными схемами оплаты их труда, так как в этом случае менеджеры могут:

- а) убедить всех, что они сами напряженно трудятся
- б) добиться, чтобы все работники выполняли задачи, которые они перед ними ставят
- в) заявить, что собственники компании также напряженно трудятся
- г) обеспечить высокие экономические показатели деятельности компании.

6.6. Какие из следующих средств можно использовать, чтобы воспрепятствовать оппортунистическим действиям?

- а. Заключение контракта
- б. Покупка на наличном рынке
- в. Вертикальная интеграция
- г. а и в.

Тема 7. Экономическая сущность отрасли

Расчет показателей концентрации производства в отрасли: доля концентрации четырех компаний, индекс Герфиндаля-Гиршмана. Расчет индекса Ротшильда, Лернера. Динамика интеграционных процессов.

7.1. Перечислите пять основных переменных, которые влияют на рыночную структуру и кратко укажите, почему менеджер, принимая управленческие решения, должен очень внимательно учитывать воздействия этих факторов.

7.2. Приведите четыре фактора, влияющих на поведение компании на рынке.

7.3. Определите, являются ли следующие объединения вертикальным, горизонтальным или конгломератным слиянием.

- а. Производитель очень дорогих автомобилей и производитель автомобилей экономического класса
- б. Киностудия и компания по производству персональных компьютеров
- в. Автопроизводитель и компания, занимающаяся сталеплавильным производством.

7.4. Что такое индекс Лернера? Для каких целей он применяется?

7.5. Что такое показатель концентрации доли четырех? Для каких целей он применяется? Каковы его ограничения?

7.6. Что такое индекс Герфиндаля-Гиршмана? Для каких целей он применяется? Каковы его ограничения?

Тема 8. Управление компанией на рынке совершенной конкуренции и монополии

Построение кривых спроса на продукцию отдельной компании. Краткосрочные решения, связанные с объемом выпускаемой продукции. Решения о приостановке выпуска продукции. Долгосрочные решения. Источники монопольной мощи. Определение эффекта масштаба производства, эффекта размеров. Максимизация прибыли монополии. Последствия от наличия на рынке вступительных барьеров.

8.1. На рисунке покажите в графическом виде долгосрочное равновесие для совершенно конкурентной компании, а затем ответьте на следующие вопросы.

- а. Какова зависимость между ценой и предельными издержками в долгосрочном плане?

- б. Какова зависимость между ценой и средними общими издержками в долгосрочном плане?
 - в. Какова зависимость между ценой и минимальным значением кривой средних общих издержек в долгосрочном плане?
- 8.2. Какое из следующих утверждений соответствует действительности при монополистической конкуренции в долгосрочном плане?
- а. Прибыль положительна из-за того, что цена на продукцию превышает нижнее значение средних общих издержек
 - б. Цена на продукцию превышает нижнее значение средних общих издержек
 - в. Цена на продукцию равна предельным поступлениям от ее реализации
 - г. Все утверждения соответствуют действительности.
- 8.3. В долгосрочном плане компания, действующая на рынке с совершенной конкуренцией
- а. устанавливает цену на свою продукцию равной предельным издержкам на ее производство
 - б. вводит дополнительные производственные мощности
 - в. выпускает продукцию с минимальными средними общими издержками
 - г. а и в.

Тема 9. Управление компанией на рынке монополистической конкуренции

Максимизация прибыли на рынке с монополистической конкуренцией. Долгосрочное равновесное состояние на рынке с монополистической конкуренцией. Последствия продуктовой дифференциации.

- 9.1. Если у монополистически конкурентной компании предельные издержки сокращаются, то в этом случае для максимизации прибыли компания будет
- а. снижать объем выпускаемой продукции и повышать на нее цену
 - б. увеличивать объем выпускаемой продукции и снижать на нее цену
 - в. увеличивать объем выпускаемой продукции и повышать на нее цену
 - г. снижать объем выпускаемой продукции и снижать на нее цену.
- 9.2. Основным различием между монополией и монополистической конкуренцией является
- а. доступ на рынок для новых участников и возможность ухода с него действовавших там компаний
 - б. число компаний, действующих на рынке
 - в. оба указанных условия
 - г. ни одно из указанных условий.

Тема 10. Основные модели олигополий

Кривая спроса на продукцию компании олигополии в зависимости от действий конкурентов. Максимизация прибыли в четырех моделях олигополии: модель Суизи, Курно, Стакелберга, Бертрана.

- 10.1. Определите тип олигополии, который в наибольшей степени соответствует следующим ситуациям
- а. Компания *A* устанавливает объем выпускаемой продукции в первый день каждого месяца. Компания *B* узнает этот показатель и устанавливает свой объем выпускаемой продукции на второй день каждого месяца.
 - б. Компании *A* и *B* устанавливают объемы выпускаемой продукции самостоятельно, не имея сведений об этом в отношении друг друга.
 - в. Компании *A* и *B* устанавливают цены на свою продукцию самостоятельно, не имея сведений об этом в отношении друг друга.

г. Компания *A* полагает, что ее конкурент станет снижать цены на свою продукцию, если она понизит свои цены, но останется на прежнем ценовом уровне, если компания *A* повысит свои цены.

10.2. Одним из важнейших условий состязательного рынка является то, чтобы

- а. у каждого производителя была своя технология;
- б. потребители медленно реагировали на ценовые изменения;
- в. действующие на рынке компании быстро реагировали на появление нового участника в результате понижения цены на свою продукцию;
- г. не существовало невозвратных издержек.

10.3. Какое из следующих условий необходимо для олигополии Стакелберга?

- а. В отрасли действует всего несколько компаний.
- б. Существуют барьеры, препятствующие выходу на рынок другим участникам.
- в. Одна компания ("зачинщик") выбирает значение объема выпускаемой продукции до того, как это сделают остальные участники рынка.
- г. Компании выпускают либо однородные, либо дифференцированные товары.
- д. Все приведенные выше утверждения являются необходимыми для олигополии Стакелберга.

10.4. С точки зрения потребителя, какой тип рыночной структуры является для него наименее желательным?

- а. Олигополия Бертрана.
- б. Олигополия Курно.
- в. Олигополия Стакелберга.
- г. Монополия.

10.5. Кривая предельных поступлений компании резко пошла вниз при 50 единицах выпускаемой продукции. В этом не было бы ничего удивительного, если компания действовала бы на олигопольном рынке типа

- а. Суизи;
- б. Курно;
- в. Стакелберга;
- г. Бертрана.

Тема 11. Ценовые стратегии для компаний с рыночной мощью

Основные стратегии ценообразования. Стратегии, обеспечивающие получение повышенной прибыли. Ценовые стратегии для специальных структур издержек и спроса. Ценовые стратегии на рынках с интенсивной ценовой конкуренцией.

11.1. Какая из следующих ценовых стратегий может увеличить прибыль компании с рыночной мощью?

- а. Комплексная цена.
- б. Ценовая дискриминация.
- в. Двухэтажная цена.
- г. Любая из указанных.

11.2. Какое из следующих утверждений ложно?

- а. Чем спрос более эластичен, тем больше должна быть наценка, чтобы максимизировать прибыль.
- б. Чем спрос более эластичен, тем меньше должна быть наценка, чтобы максимизировать прибыль.
- в. Чем выше предельные издержки, тем выше должна быть цена, чтобы максимизировать прибыль.
- г. Чем выше средние издержки, тем ниже при прочих равных условиях прибыль.

11.3. Ценовая стратегия, при которой с потребителя взимается как фиксированная ставка за общее обслуживание, так и плата за разовое или поштучное пользование, называется

- а. ценовой дискриминацией;
- б. двухэтажной ценой;
- в. ценовой сбалансированностью;
- г. ни одним из приведенных терминов.

11.4. Какое из следующих условий необходимо, чтобы ценовая дискриминация третьей степени стала эффективным способом для увеличения прибыли?

- а. Способность идентифицировать потребительские типы.
- б. Возможность перепродавать купленные на рассматриваемом рынке товары.
- в. Одинаковые эластичности спроса у потребителей.
- г. Все указанные.

11.5. Самое большее, сколько готов заплатить потребитель за книжечку из четырех сезонных билетов, - 100 долл. Если бы такие билеты продавались по отдельности по цене 25 долл., потребитель купил бы 2 билета. Чтобы максимизировать поступления, какую цену должна установить компания на книжечку из четырех сезонных билетов?

- а. 25 долл.
- б. 50 долл.
- в. 75 долл.
- г. 100 долл.

Тема 12. Экономика информации

Принятие решений в условиях неопределенности и асимметричной информации.

12.1. В аукционе за право приобрести перечисленные ниже предметы участвуют три претендента. Определите, аукцион с какой информационной структурой, т.е. с равной ценностью или с частными оценками, скорее всего, будет проводиться.

- а. Скульптура.
- б. Сберегательная облигация правительства США с неизвестной нарицательной стоимостью.

- в. Участие на обеде с кинозвездой.
- г. Чемодан с разной иностранной валютой.

12.2. Проранжируйте ожидаемые поступления, которые получит аукционист на четырех известных типах аукционов, если

- а. участники аукциона нейтральны к риску и имеют собственные оценки выставленных на торги предметов;
- б. участники аукциона отрицательно относятся к риску и имеют собственные оценки выставленных на торги предметов;
- в. участники аукциона нейтральны к риску и имеют одинаковую информацию о выставленных на торги предметах.

12.3. Какое из следующих утверждений справедливо?

а. Голландский аукцион и аукцион типа "по первой цене в запечатанных конвертах" являются по своей стратегии эквивалентными.

б. Аукцион по продаже предметов искусства имеет информационную структуру с частными оценками.

в. На английском аукционе ожидаемые поступления никогда не бывают ниже, чем на аукционе типа "по второй цене в запечатанных конвертах", независимо от того, какая информационная структура у этих аукционов.

- г. Все предыдущие утверждения верны.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ (УКАЗАНИЯ) К ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ

Лабораторные занятия позволяют интегрировать теоретические знания и формировать практические умения и навыки студентов в процессе учебной деятельности.

Цели лабораторных занятий по дисциплине:

- закрепление теоретического материала путем систематического контроля за самостоятельной работой студентов;
- формирование умений использования теоретических знаний в процессе выполнения лабораторных работ;
- развитие аналитического мышления путем обобщения результатов лабораторных работ;
- формирование навыков оформления результатов лабораторных работ в виде таблиц, графиков, выводов.

На лабораторных занятиях осуществляются следующие формы работ со студентами: *индивидуальная* (оценка знаний, решенных задач); *групповая* (выполнение заданий малыми группами по 2-4 человека); *фронтальная* (подведение итогов выполнения лабораторных работ, подведение итогов решения задач).

Структура и последовательность занятий: на первом, вводном, занятии проводится инструктаж студентов по охране труда, технике безопасности и правилам работы в аудитории, оборудованной компьютерами. Студенты также знакомятся с основными требованиями преподавателя по выполнению учебного плана, с графиком прохождения лабораторных занятий, с графиком прохождения контрольных заданий, с основными формам отчетности по выполненным работам и заданиям.

Студентам для выполнения лабораторных работ необходима отдельная тетрадь, которая должна быть соответствующим образом подписана, простые карандаши, линейка. Для каждого занятия подготовлен необходимый раздаточный материал.

Структура лабораторного занятия:

Объявление темы, цели и задач занятия.

Проверка теоретической подготовки студентов к лабораторному занятию.

Решение задач.

Подведение итогов занятия (формулирование выводов).

Проверка лабораторных тетрадей.

1. В начале занятия называется его тема, цель и этапы проведения.
2. По теме занятия проводится беседа, что необходимо для осознанного выполнения лабораторной работы или практического задания (по контрольным вопросам).
3. Индивидуальный контроль осуществляется в форме проверки решения задач. После решения задач выводы проговариваются еще раз, и на них даются правильные ответы.
4. Лабораторная работа или практические задания выполняются в соответствии с методическими указаниями.

Тема 1. Основы управленческой экономики

Определение оптимального уровня ресурса, которым может распоряжаться менеджер.

1.1. Какова текущая стоимость получения 10 долл. через год, если величина процентной ставки 5 %?

- а. 9,50 долл.
- б. 10,05 долл.
- в. 9,52 долл.
- г. 9,77 долл.

- 1.2. Если вы положите 1000 долл. на сберегательный вклад с процентной ставкой 7 %, сколько денег вы получите через год?
- 1007 долл.
 - 1070 долл.
 - 934,58 долл.
 - 930 долл.
- 1.3. Если процентная ставка равна 7 %, то текущая стоимость 1000 долл., которые будут получены через один год, составляет
- 1007 долл.
 - 1070 долл.
 - 934,58 долл.
 - 930 долл.
- 1.4. Прибыль компании в течение следующих двух лет – 10 долл. в год, а затем нулевая. Если процентная ставка равна 6 %, то какова стоимость этой компании?
- 18,33 долл.
 - 20,00 долл.
 - 40 долл.
 - 34,65 долл.
- 1.5. Предположим, что процентная ставка составляет 5 %, ожидаемые темпы прироста прибылей 2 % и что компания будет действовать бесконечно долго. Если ее текущие прибыли равны 100 долл., какова стоимость этой компании?
- 3100 долл.
 - 3000 долл.
 - 2650 долл.
 - 3500 долл.
- 1.6. Чтобы максимизировать чистые прибыли, менеджер должен увеличивать ресурс, которым он может распоряжаться, до тех пор пока
- общие выгоды не станут равными общим издержкам
 - чистые выгоды не станут нулевыми
 - предельные выгоды не станут равными предельным издержкам
 - средние издержки не станут равными средним выгодам.

Тема 2. Рыночные силы: спрос и предложение

Построение кривой спроса, предложения, рыночного равновесия на рынке. Расчет потребительского выигрыша и выигрыша производителя. Расчет последствий изменения спроса, предложения.

2.1. Предположим, что кривые рыночного спроса и предложения на какой-то товар задаются соответственно выражениями $Q^d = 20 - 3P$ и $Q^s = P$.

- Определите равновесную цену.
- Определите равновесное количество.

Предположим, что правительство установило ценовой потолок на рассматриваемый товар в размере 2 долл.

- Вычислите величину дефицита, который возникнет в результате этого.
- Определите полную экономическую цену рассматриваемого товара после введения указанного ценового потолка.

Предположим, что правительство установило ценовой пол на рассматриваемый товар в размере 6 долл.

- Вычислите величину излишков, которые образуются в результате этого.
- Каковы будут общие затраты правительства, если оно выкупит у производителей появившиеся у них излишки?

2.2. Закон спроса гласит, что при прочих равных условиях

- если цена на товар растет, предложение этого товара увеличивается;

- б. если цена на товар растет, предложение этого товара снижается;
- в. если цена на товар падает, предложение этого товара увеличивается;
- г. если цена на товар падает, предложение этого товара сокращается.

2.3. Для товара, относящегося к категории нормальных, понижение дохода ведет

к

- а. смещению кривой спроса на этот товар вверх;
- б. смещению кривой спроса на этот товар влево;
- в. смещению кривой спроса на этот товар вправо;
- г. смещению кривой спроса на этот товар вниз.

Тема 3. Количественный анализ спроса

Расчет эластичности спроса. Эластичность спроса в зависимости от собственной цены товара. Расчет эластичности и общих поступлений. Расчет перекрестной эластичности спроса. Расчет доходной эластичности спроса.

3.1. Исследовательский отдел вашей компании провел оценивание собственной ценовой эластичности спроса на билеты в кинотеатр и установил, что ее показатель равен -2. Если цена на такой билет возрастет на 10%, как это повлияет на требуемое количество таких билетов и на общие поступления от их продаж?

3.2. Исследовательский отдел вашей компании провел оценивание собственной рекламной эластичности спроса на выпускаемую продукцию и установил, что ее показатель равен -1,94. Вашего шефа беспокоит сокращение общих поступлений от продаж вашей продукции и прибыли компании, и он хочет поправить положение за счет увеличения затрат на рекламу. Оправдают ли эти затраты ожидания вашего начальника? Поясните ваш ответ цифрами.

3.3. Если перекрестная эластичность спроса между кетчупом и горчицей равна 4, то повышение цены на горчицу на 10% приведет к

- а. снижению требуемого количества кетчупа на 40%;
- б. снижению требуемого количества горчицы на 40%;
- в. возрастанию требуемого количества кетчупа на 40%;
- г. возрастанию требуемого количества горчицы на 40%.

Тема 4. Теория индивидуального поведения

Построение кривых безразличия и бюджетной линии. Определение потребительского равновесия.

4.1. У Митчелл доход составляет 10 долл., которые она может потратить в кондитерском магазине на мармелад или шоколад. Мармелад стоит 1 долл. за фунт, а шоколад – 5 долл. за фунт. Митчелл постаралась извлечь максимум из своих денег и купила 5 фунтов мармелада и 1 фунт шоколада. Покажите равновесное состояние для Митчелл на рисунке.

4.2. У Сьюзи и Джоан совершенно разные предпочтения и доходы, однако они обе покупают необходимые товары в одном и том же гастрономе. На прошлой неделе Джоан купила овощей на 10 долл. и мяса на 5 долл. Сьюзи купила овощей на 5 долл. и мяса на 30 долл. Что можно сказать о предельной ставке замещения между овощами и мясом для Сьюзи по сравнению с таким же показателем для Джоан?

4.3. Как повлияет на бюджетную линию для комбинации из двух нормальных товаров X и Y снижение цены на товар X?

- а. Линия переместится параллельно первоначальной от начала координат.
- б. Увеличится величина отрезка, отсекаемого по оси ординат.
- в. Уменьшится величина отрезка, отсекаемого по оси абсцисс.
- г. Ни одно из приведенных утверждений не верно.

Тема 5. Производственный процесс и издержки

Построение производственной функции. Расчет показателей средней и предельной продуктивности. Построение изоквант, изокост. Определение стоимостной функции. Оптимальное ресурсное замещение. Определение средних, предельных издержек.

5.1. Чтобы стать студентом, требуется внести взнос за обучение в размере 1000 долл., который не возвращается. Кроме того, вы должны купить книги за 200 долл. Помимо этого, каждая поездка на занятия обойдется вам в 2 долл. В конце семестра букинистический магазин готов купить у вас книги обратно за 100 долл.

- а. Каковы постоянные издержки обучения?
- б. Каковы переменные издержки обучения?
- в. Каковы невозвратные издержки обучения?

5.2. Предположим, что производственная функция равна $Q = K + 2L$.

- а. Нанесите изокванту, соответствующую 4 единицам выпуска на рис.
- б. Каков наклон изокванты?
- в. Если цена единицы труда равна 2 долл. за час, ставка арендной платы – 2 долл. за час, сколько капитала и труда следует использовать компании, чтобы минимизировать издержки производства? Покажите этот вариант на графике.

5.3. Предположим, что стоимостная функция имеет вид $C(Q) = 2Q$. На рисунке нанесите кривые предельных издержек, средних общих издержек и средних переменных издержек.

Тема 6. Оптимизация деятельности компании

Определение операционных издержек. Определение оптимального способа приобретения ресурсов.

6.1. Менеджер получает в качестве вознаграждения 100 долл. как базовую ставку плюс 5% от прибыли компании. Кроме того, за каждый час во время 8-часового рабочего дня, когда он управляет компанией, ее собственники получают по 1000 долл. прибыли. На рис. покажите бюджетное поле такого менеджера и укажите точку равновесия, которая у этого менеджера соответствует 7 часам работы в день. Также покажите на графике дневные размеры вознаграждения менеджера.

6.2. Почему, по вашему мнению, авторам книг платят вознаграждение в виде роялти (отчислений с каждого проданного экземпляра)? Существуют ли недостатки у такой схемы оплаты труда?

Тема 7. Экономическая сущность отрасли

Расчет показателей концентрации производства в отрасли: доля концентрации четырех компаний, индекс Герфиндаля-Гиршмана. Расчет индекса Ротшильда, Лернера.

7.1. Предположим, в отрасли действуют шесть компаний. Объем продаж у двух из них по 100 млн. долл. у каждой, а у остальных четырех – по 50 млн. Вычислите показатель доли четырех и поясните, что он означает.

7.2. Предположим, в отрасли действуют шесть компаний. Объем продаж у двух из них по 100 млн. долл. у каждой, а у остальных четырех – по 50 млн.

- а. Вычислите значение индекса Герфиндаля-Гиршмана для этой отрасли.
- б. Почему полученное в пункте а значение отличается от показателя доли четырех, вычисленного в задании 7.1?

7.3. Эластичность спроса для всей отрасли прохладительных напитков равна -2, а эластичность спроса на напиток одной из компании равна -6.

- а. Вычислите значение индекса Ротшильда для этой отрасли
- б. Какой вывод можно сделать на основании исходных и полученных данных?

7.4. Компании, занимающиеся выпуском одежды, имеют показатель предельных издержек в расчете на единицу продукции (рубашка) 5 долл., а устанавливают на нее цену 15 долл.

- а. Вычислите значение индекса Лернера для этой отрасли
- б. Каков множитель наценки в этом случае?

7.5. Обязательно ли в высоко концентрированных отраслях индексы Лернера приближаются к 1? Поясните ваш ответ.

Тема 8. Управление компанией на рынке совершенной конкуренции и монополии

Построение кривых спроса на продукцию отдельной компании. Краткосрочные решения, связанные с объемом выпускаемой продукции. Решения о приостановке выпуска продукции. Долгосрочные решения. Определение эффекта масштаба производства, эффекта размеров. Максимизация прибыли монополии.

8.1. Стоимостная функция для компании задается выражением $C(Q) = 5 + Q^2$.

Компания действует на рынке с совершенной конкуренцией, где ее продукция продается по цене 40 долл. за штуку.

- а. Какую цену на свою продукцию должен установить менеджер компании?
- б. Каков должен быть объем выпускаемой продукции у этой компании, чтобы ее прибыль была максимальной?
- в. Какова будет эта прибыль в денежном исчислении?
- г. Как вы думаете, как будет изменяться эта прибыль в долгосрочном плане?

8.2. Предположим, обратная функция спроса и стоимостная функция у компании-монополиста задаются выражениями:

$$P = 5 - Q, \quad C(Q) = 3Q.$$

- а. Если компания хочет получить максимальные общие поступления, сколько единиц продукции она должна выпускать?
- б. Если компания хочет получить максимальные общие поступления, какую цену она должна установить на свою продукцию?
- в. Если у компании объем выпускаемой продукции и цена на нее такие, что она получает максимально возможную прибыль, какова в этом случае эластичность спроса на ее продукцию?
- г. Если компания хочет получить максимальную прибыль, каким должен быть объем выпускаемой ею продукции?
- д. Если компания хочет получить максимальную прибыль, какую цену она должна установить на свою продукцию?
- е. Какова максимальная прибыль в денежном исчислении?
- ж. Как изменится объем выпускаемой продукции, если компания действует на рынке с совершенной конкуренцией при тех же условиях спроса и формирования издержек?

Тема 9. Управление компанией на рынке монополистической конкуренции

Максимизация прибыли на рынке с монополистической конкуренцией. Долгосрочное равновесное состояние на рынке с монополистической конкуренцией.

9.1. Какое из следующих утверждений соответствует действительности при монополистической конкуренции в долгосрочном плане?

- а. Прибыль положительна из-за того, что цена на продукцию превышает нижнее значение средних общих издержек
- б. Цена на продукцию превышает нижнее значение средних общих издержек
- в. Цена на продукцию равна предельным поступлениям от ее реализации
- г. Все утверждения соответствуют действительности.

9.2. Если у монополистически конкурентной компании предельные издержки сокращаются, то в этом случае для максимизации прибыли компания будет

- а. снижать объем выпускаемой продукции и повышать на нее цену
- б. увеличивать объем выпускаемой продукции и снижать на нее цену

- в. увеличивать объем выпускаемой продукции и повышать на нее цену
 - г. снижать объем выпускаемой продукции и снижать на нее цену.
- 9.3. Основным различием между монополией и монополистической конкуренцией является
- а. доступ на рынок для новых участников и возможность ухода с него действовавших там компаний
 - б. число компаний, действующих на рынке
 - в. оба указанных условия
 - г. ни одно из указанных условий.

Тема 10. Основные модели олигополий

Кривая спроса на продукцию компании олигополии в зависимости от действий конкурентов. Максимизация прибыли в четырех моделях олигополии: модель Суизи, Курно, Стакелберга, Бертрана.

10.1. Предположим, обратная функция спроса на продукцию на дуополистическом рынке задается выражением

$$P = 5 - (Q_1 + Q_2),$$

предельные издержки участников рынка одинаковы и равны 1 долл.

- а. Выпускают ли компании однородную продукцию?
- б. Каковы предельные поступления первой компании?
- в. Какова функция реагирования первой компании?
- г. Какова функция реагирования второй компании?
- д. Каковы объемы выпускаемой продукции участников рынка при равновесии Курно?
- е. Какова цена на продукцию при равновесии Курно?

10.2. Предположим, обратная функция спроса на продукцию на дуополистическом рынке задается выражением

$$P = 5 - (Q_1 + Q_2),$$

предельные издержки участников рынка одинаковы и равны 1 долл. Предположим, первая компания является "зачинщиком", а вторая "преследователем".

- а. Каков объем выпускаемой продукции "зачинщиком" в состоянии равновесия?
- б. Каков объем выпускаемой продукции "преследователем" в состоянии равновесия?
- в. Каков общий объем продукции на рынке?
- г. Какова цена на продукцию в состоянии равновесия?

Тема 11. Ценовые стратегии для компаний с рыночной мощью

Основные стратегии ценообразования. Стратегии, обеспечивающие получение повышенной прибыли. Ценовые стратегии для специальных структур издержек и спроса. Ценовые стратегии на рынках с интенсивной ценовой конкуренцией.

11.1. Менеджер супермаркета действует на рынке с совершенной конкуренцией и покупает консервированные товары у поставщика по цене 25 центов за банку. Он взял на работу специалиста по эконометрии, которому поручил оценить эластичность спроса на такие товары в своем магазине. Оказывается, что ее значение равно -2. Какую цену должен установить менеджер на банку фасоли, чтобы максимизировать прибыль?

11.2. На рынке типа олигополии Курно с однородной продукцией действуют четыре компании. Рыночная эластичность спроса на этот товар равна -0,5, а предельные издержки каждой компании равны 2 долл. Какова цена, при которой компания получает максимальную прибыль?

11.3. Вы менеджер единственной в городке компании, предоставляющей услуги по уборке помещений. Население в основном состоит из двух групп: молодежи и по

жилых людей пенсионного возраста. Первые живут на Верхней улице, а вторые – на Нижней. У вас есть друг эконометрист, который оценил для вас эластичность спроса на ваши услуги для обеих групп потребителей. Оказывается, что эластичность спроса для молодежи равна -3, а для пенсионеров равна -5.

а. Если подойти к полученным оценкам с общим экономическим подходом, кажется ли вам, что они вписываются в общий порядок подобных показателей?

б. Если ваши издержки на уборку помещений составляют 15 долл. в час, какую цену на свои услуги вы должны назначать для представителя группы молодежи?

в. Если ваши издержки на уборку помещений составляют 15 долл. в час, какую цену на свои услуги вы должны назначать для представителя группы пенсионеров?

Тема 12. Экономика информации

Принятие решений в условиях неопределенности и асимметричной информации.

12.1. Существует 90%-ная вероятность, что инвестиция в проект принесет доход 100 долл., и 10%-ная вероятность, что этот доход составит 200 долл.

а. Вычислите ожидаемое значение поступления от этого проекта.

б. Вычислите дисперсию поступления от этого проекта.

12.2. Менеджер, нейтральный к риску, пытается купить партию автомобилей из 100 машин. Существует множество дилеров, готовых совершить подобную сделку, каждый из них назначает за такую партию свою цену. Оказалось, что половина из них готовы продать такую партию за 500 тыс. долл. и половина — за 450 тыс. Менеджер считает, что его издержки на взаимодействие с каждым следующим дилером составляют 1 тыс. долл. Ответьте на следующие вопросы.

а. Предположим, первый дилер, с которым менеджер начал переговоры о сделке, предложил продать ему партию автомобилей за 450 тыс. долл. Следует ли менеджеру соглашаться на эту цену или ему целесообразнее поискать другой вариант?

б. Предположим, первый дилер, с которым менеджер начал переговоры о сделке, предложил продать ему партию автомобилей за 500 тыс. долл. Следует ли менеджеру соглашаться на эту цену или ему целесообразнее поискать другой вариант?

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины:

Успешное освоение дисциплины «Управленческая экономика» базируется на обязательном посещении всех видов занятий, предусмотренных рабочей программой по дисциплине. Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных положений дисциплины, методику расчета экономических показателей, примеры решения задач, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов.

На практических и лабораторных занятиях материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при решении задач и выполнении лабораторных работ.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Управленческая экономика» включает: усвоение текущего материала, самостоятельное изучение тем теоретического курса, решение задач, выполнение домашних заданий, подготовку к экзамену.

Используя учебники, учебные пособия, основную литературу, а также другие источники и литературу по изучаемой теме, студент самостоятельно прорабатывает его проблематику, сверяясь с программой и следуя соответствующим методическим рекомендациям к темам дисциплины. При чтении литературы необходимо ответить на поставленные в методических указаниях вопросы, обратить внимание на проблемы, выделенные в предлагаемых методических рекомендациях, решить задачи по изучаемым темам. При изучении более сложных и объемных тем предлагается разобраться в формулах, дополнительно прочитать рекомендуемую учебную литературу.

Рекомендуется при изучении дисциплины «Управленческая экономика» усваивать информацию последовательно. Поэтому после проведения каждого лекционного занятия необходимо повторить полученную в ходе проведения лекции информацию, и затем закрепить ее на практических занятиях, а также при решении выданных домашних заданий.

Допуск к экзамену по дисциплине предполагает активное участие студента на занятиях, а также своевременное выполнение домашних и самостоятельных заданий.

Описание последовательности действий студента, или «сценарий изучения дисциплины»:

Логика (структура) и содержание курса отвечает поставленной задаче раскрытия экономических аспектов управленческой деятельности. В порядке реализации этой задачи необходимо, прежде всего, изучить основы управленческой экономики.

Изучение дисциплины начинается с рассмотрения рыночных сил: спроса и предложения. Затем следует рассмотреть понятие эластичность спроса. При изучении этой темы также необходимо разобраться в видах эластичности.

После освоения темы рыночного равновесия рынка можно переходить к теме теория индивидуального поведения. Затем следует рассмотреть тему производственный процесс и издержки. Разобраться, какие известны показатели продуктивности, что представляют собой изокванты, изокосты.

Далее необходимо рассмотреть значение и теоретические основы оптимизации деятельности компании. После этого изучается структура рынка и показатели концентрации производства в отрасли.

С целью управления компанией на рынке необходимо рассмотреть условия для существования рынков разных типов: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, монополии, олигополии. Разобраться, как происходит максимизация прибыли на каждом из типов рынка.

Изучение дисциплины завершается темой экономика информации.

При изучении дисциплины очень полезно самостоятельно изучать материал, который был прочитан на лекции, практическом или лабораторном занятии. Тогда материал будет гораздо понятнее.

При изучении курса необходимо следовать изложению материала на лекции. Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:

1. После прослушивания лекции и окончания учебных занятий, при подготовке к занятиям следующего дня, нужно сначала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной в этот же день.

2. При подготовке к лекции следующего дня, нужно просмотреть текст предыдущей лекции.

3. В течение недели выбрать время (минимум 1-час) для работы с литературой в библиотеке.

4. При подготовке к лабораторным занятиям следующего дня, необходимо сначала прочитать основные понятия и разобрать примеры из лекции по теме домашнего задания. При выполнении задания или решении задачи нужно сначала понять, что требуется в задаче, какой теоретический материал необходимо использовать, наметить план решения задачи. Если задача решена «по образцу» аудиторной задачи, или из методического пособия, необходимо после решения такой задачи обдумать ход решения и попробовать решить аналогичную задачу самостоятельно.

В процессе изложения материала используются: словесное описание (вербальный анализ), статистическое описание (формулы) и графическая интерпретация.

Рекомендации по работе с литературой:

Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги по управленческой экономике. Литературу по курсу «Управленческая экономика» рекомендуется изучать в библиотеке. Полезно использовать несколько учебников.

Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиваться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью советуется после изучения очередного параграфа решить несколько простых задач на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, какие формулы применяются для решения конкретной задачи. При изучении теоретического материала всегда нужно конспектировать материал.

Работу с литературой студентам необходимо начинать со знакомства с основной и дополнительной литературой, периодическими изданиями и методическими указаниями к самостоятельной работе студента.

Со всеми перечисленными материалами можно ознакомиться в библиотеке вуза.

Выбрав нужный литературный источник, студенту следует найти интересующую его тему по оглавлению или алфавитному указателю, а затем приступить к непосредственному изучению содержания соответствующей главы источника. В случае возникших затруднений в восприятии и осмыслении материала, представленного в одном литературном источнике, студенту следует обратиться к другим источникам, в которых изложение материала может оказаться более доступным.

Следует отметить, что работа с учебной, справочной и другой литературой даёт возможность студенту более глубоко ознакомиться с базовым содержанием дисциплины «Управленческая экономика», уловить целый ряд нюансов и особенностей указанной дисциплины.

При работе с литературой необходимо, во-первых, определить, с какой целью студент обращается к источникам: найти новую, неизвестную информацию; расширить, углубить, дополнить имеющиеся сведения; познакомиться с другими точками зрения по

определенному вопросу; научиться применять полученные знания, усовершенствовать умения; уточнить норму языка.

Исходя из этих целей, выбирать источники: для получения основных знаний по теме, разделу следует обратиться к учебникам, название которых совпадает с наименованием дисциплины; для формирования умений - к практикумам; в получении более глубоких знаний по отдельным темам, проблемам помогут научные статьи, монографии, книги; при подготовке докладов, сообщений, рефератов целесообразно обратиться также к научно-популярной литературе.

Выбрав несколько источников для ознакомления необходимо, изучить их оглавление; это позволит определить, представлен ли там интересующий вопрос, проблема, в каком объеме он освещается. После этого нужно открыть нужный раздел, параграф, просмотреть, пролистать их, обратив внимание на заголовки и шрифтовые выделения, чтобы выяснить, как изложен необходимый материал в данном источнике (проблемно, доступно, очень просто, популярно интересно, с представлением разных позиций, с примерами и прочее). Так можно на основании ознакомительного, просмотрового чтения из нескольких книг, статей выбрать одну-две или больше для детальной проработки.

После этого рекомендуется переходить к изучающему и критическому видам чтения: фиксировать в форме тезисов, выписок, конспекта основные, значимые положения, при этом необходимо отмечать свое согласие с автором или возможные спорные моменты, возражения. Кроме этого известную информацию рекомендуется пропускать, искать в данном источнике новое, дополняющее знания студента по предмету, определяя, что из этого важно, а что носит факультативный, дополнительный, может быть занимательный характер. Обязательно рекомендуется указать авторов, название, выходные данные источника, с которым работал студент, т.е. оформить библиографические сведения об изученном источнике.

Советы по подготовке к экзамену:

В процессе подготовки к экзамену рекомендуется:

- 1) ознакомиться с перечнем вопросов, выносимых на экзамен;
- 2) повторить, обобщить и систематизировать информацию, полученную на протяжении всего учебного года в процессе посещения лекций, практических и лабораторных занятий, чтения учебников, учебных пособий, монографий, сборников научных статей, журналов и газетных публикаций, предлагаемых для углубленного изучения той или иной темы;
- 3) просмотреть: конспекты лекций; конспекты, содержащие основные положения концепций авторов, работы которых изучались во время самостоятельной работы;
- 4) выучить определения основных понятий и категорий;
- 5) научиться решать задачи.

Таким образом, при подготовке к экзамену нужно изучить теорию, в частности, определения всех понятий, классификации, формулы, самостоятельно решить по несколько типовых задач из каждой темы. При решении задач необходимо научиться интерпретировать полученные результаты.

Разъяснения по работе с тестовой системой курса:

Тестовые задания предназначены для проведения текущего и итогового контроля усвоения содержания дисциплины.

Используются следующие формы тестовых заданий: открытая, закрытая (с выбором одного или нескольких правильных ответов), на установление соответствия и последовательности, на дополнение.

При выполнении тестов, прежде всего, студенту рекомендуется внимательно прочитать задание, ответить на вопрос или решить задачу.

Для того, чтобы правильно выполнить задание закрытой формы (надо отметить один или более правильных ответов), необходимо прочитать тестовое утверждение и в

приведенном списке отметить сначала те ответы, в которых студент уверен, и определить те, которые точно являются ошибочными, затем еще раз прочитать оставшиеся варианты, подумать, не являются ли еще какие-то из них правильными. Важно дочитать варианты ответов до конца, чтобы различить близкие по форме, но разные по содержанию ответы.

Разъяснения по выполнению домашних заданий:

При выполнении домашних заданий сначала необходимо прочитать условие задачи. При выполнении упражнения или задачи нужно понять, что требуется определить в задаче, какой теоретический материал нужно использовать, наметить план решения задачи. Далее подбирается формула, по которой будет решаться задача.