

Частное образовательное учреждение высшего образования
Приамурский институт агроэкономики и бизнеса

Кафедра гуманитарных и социально-экономических дисциплин



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Уровень высшего образования:
БАКАЛАВРИАТ

направление подготовки:
38.03.02 Менеджмент

Форма обучения: заочная

Хабаровск
2016 г.

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПОДИСЦИПЛИНЕ**

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Предмет и метод экономической теории	ОК-3, ПК-9	Р,К
2	Тема 2. Экономическая система: сущность, типы, модели развития		Ко,КР
3	Тема 3. Основы товарного производства и обращения		Т, Ко,РЗ
4	Тема 4. Капитал. Кругооборот и оборот капитала		Р, Ко,РЗ
5	Тема 5. Рынок и рыночный механизм		Р,РЗ,Т
6	Тема 6. Спрос и поведение потребителя		Т, Ко, ДЗ
7	Тема 7. Типы рыночных структур		ДЗ, Т, Ко,РЗ
8	Тема 8. Фирма в рыночной экономике. Издержки производства, доходы и прибыль фирмы		ДЗ, Т, Ко,РЗ
9	Тема 9. Рынки факторов производства		К, Ко
10	Тема 10. Основные макроэкономические показатели. Народно-хозяйственный кругооборот		Т, К, РЗ, Р
11	Тема 11. Теория макроэкономического равновесия		Ко, К,ДЗ
12	Тема 12. Макроэкономическая нестабильность и ее проявления		ДЗ, Т, Ко,РЗ
13	Тема 13. Экономический рост и эффективность экономики		Т, К, РЗ, Р
14	Тема 14. Государственное регулирование экономики		ДЗ, Т, Ко,РЗ
15	Тема 15. Мировое хозяйство: структура и современные тенденции развития		К, Ко

ДЕЛОВАЯ ИГРА ПОДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

«Как заработать на жизнь»

1. Тема (проблема) Рыночный механизм, поведение участников рыночных отношений, взаимосвязь между ними.

2. Концепция игры

Инструкции потребителю

Вы являетесь представителем домохозяйств. В начале игры вы получите 15 карточек, заменяющих ресурсы: природные, трудовые, капитальные, (их символизируют карточки «Труд», «Земля», «Капитал»).

Для обеспечения жизнедеятельности вам необходимы различные товары и услуги, приобрести которые вы можете у производителей (представителей фирм). Для того, чтобы заработать деньги на покупку товаров и услуг, вы должны продать предпринимателям имеющиеся в вашем распоряжении ресурсы. Чтобы получить наибольший доход, постарайтесь продать свои ресурсы по наиболее выгодной цене. Деньги, полученные от реализации ресурсов, вы должны использовать для приобретения у производителей необходимых вам товаров и услуг (их символизируют карточки «Товары и услуги»).

Помните, что вы имеете право приобретать карточки «Товары и услуги» только у предпринимателей, любые попытки напрямую обменять имеющиеся у вас ресурсы на карточки «Товары и услуги» на «Фабрике» запрещаются. Ваш успех в игре зависит от того, сколько карточек «Товары и услуги» окажется у вас к моменту ее завершения. Результат в конце игры будет оцениваться только по их количеству. Ваша задача – иметь не мешок денег, а набор товаров и услуг.

Инструкция производителю

Вы являетесь производителем (представителем фирмы). Ваша цель – произвести товары и услуги и продать их потребителям. Для этого в начале игры вы получите кредит – 1000 бабкингов. Чтобы произвести товары и услуги, вашей фирме потребуются ресурсы: природные, трудовые, денежные (их символизируют карточки «Труд», «Земля», «Капитал»). Ресурсы вы можете приобрести у представителей домохозяйств. Старайтесь покупать по наиболее выгодной для вас цене. Для «производства» одной карточки «Товары и услуги» вам необходимо иметь одну карточку «Труд», одну – «Земля» и одну – «Капитал».

Когда вы купите три необходимых для организации производства ресурса, их можно обменять на одну карточку «Товары и услуги» потребителям, стараясь получить наибольшую прибыль, для этого необходимо, чтобы цена карточки «Товары и услуги» превысила цену затраченных при производстве ресурсов. Деньги, полученные от реализации товаров и услуг можно снова пустить в оборот. Ваш результат будет определен в конце игры по количеству денег (с учетом полученного в начале игры кредита). Если у вас не осталось ни денег, ни карточек «Товары и услуги», вы выбываете из игры и объявляетесь банкротом.

3. Роли:

1-я группа – представители фирм (предприниматели);

2-я группа – представители домохозяйств (потребители).

4. Ожидаемый результат

Дать студентам возможность «проиграть» в аудитории модель кругооборота деловой активности, позволяет лучше понять цели и поведения участников рыночных отношений, взаимосвязь между ними

Критерии оценки:

– оценка «отлично» (5 баллов) выставляется студенту, если он владеет

категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов производства, проанализировать полученные результаты для всех групп участников, объяснить причины отклонений от желаемого результата, проанализировать отличие условий игры от реальной жизни;

– оценка «хорошо» (4 балла) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов производства, проанализировать полученные результаты для всех групп участников;

– оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов производства;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не проявил себя в игре, не владеет категориальным аппаратом, не может привести классификацию факторов производства, не может проанализировать полученные результаты для всех групп участников, не может объяснить причины отклонений от желаемого результата, не может проанализировать отличие условий игры от реальной жизни.

ДЕЛОВАЯ ИГРА ПОДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

«ОЛИГОПОЛИЯ»

1. Тема (проблема) Рыночный механизм, поведение участников рыночных отношений, взаимосвязь между ними.

2. Концепция игры

Инструкция для представителей фирмы

Вы являетесь представителем одной из трех фирм, выпускающих продукцию. Ваша фирма выпускает 20 единиц продукции за определенный период времени. Количество товара, которое вам удастся продать, зависит не только от цены, установленной вами на свою продукцию, но и от цен, установленных двумя другими фирмами – конкурентами.

При объеме выпуска 20 единиц продукции затраты на производство одной единицы составляют 2 бабкинга, таким образом, общие затраты фирмы составят: $2 \cdot 20 = 40$ бабкингов.

Вы можете установить либо высокую цену на свою продукцию (5 бабкингов), либо низкую (3 бабкинга), но никаких других цен устанавливать нельзя. В течение периода вы не имеете права изменять цену.

Прибыль на единицу проданной продукции составляет:

Π (прибыль) = цена единицы продукции – затраты единицы продукции.

При цене $P = 3$ бабкинга/ед. прибыль на единицу продукции составит: $\Pi = 3 - 2 = 1$ бабкинг.

При цене $P = 5$ бабкинга/ед. – $\Pi = 5 - 2 = 3$ бабкинга;

Общая прибыль при продаже продукции составляет:

Общая прибыль = общая выручка – общие затраты = цена за единицу \cdot количество проданного товара – $40 = P \cdot Q - 40$ бабкингов.

Обратите внимание, что при цене 3 бабкинга/ед. покупатели купят большее количество продукции, и общая прибыль может оказаться больше, чем при цене 5 бабкингов/ед.

Для того, чтобы получить максимальную прибыль, вы должны использовать методы как ценовой, так и неценовой конкуренции (рекламу, личные связи и др.).

Выигрывает фирма, получившая максимальную прибыль в течение всех четырех периодов игры.

Инструкция для покупателей

Вы – покупатель и получаете 15 бабкингов. Вам требуется потратить всю сумму за один период. Среди покупателей выигрывает тот, кто приобрел наибольшее количество продукции.

3. Роли:

1-я группа – представители фирм (предприниматели);

2-я группа – представители домохозяйств (потребители).

4. Ожидаемый результат

Помочь студентам освоить основные характеристики олигополистического типа рынка, продемонстрировать характерную особенность олигополии – зависимость поведения каждой фирмы от реакции и поведения конкурентов.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» (5 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов производства, проанализировать полученные результаты для всех групп участников, объяснить причины отклонений от желаемого результата, проанализировать отличие условий игры от реальной жизни;

– оценка «хорошо» (4 балла) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов производства, проанализировать полученные результаты для всех групп участников;

– оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов производства;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не проявил себя в игре, не владеет категориальным аппаратом, не может привести классификацию факторов производства, не может проанализировать полученные результаты для всех групп участников, не может объяснить причины отклонений от желаемого результата, не может проанализировать отличие условий игры от реальной жизни.

ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМОВ, СОБЕСЕДОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Раздел 1. Введение в экономическую теорию

1. Предмет и метод экономической теории
2. Эволюция экономической системы.

Раздел 2. Микроэкономика

1. Современные особенности товарного производства.
2. Современное состояние рынков факторов производства России.

Раздел 3. Макроэкономика

1. Основные макроэкономические показатели развития российской экономики
2. Проявление макроэкономической нестабильности в российской экономике

Критерии оценки:

– оценка «отлично» (5 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, собрать необходимую информацию по рассматриваемому явлению и проанализировать полученные результаты, объяснить причины отклонений от желаемого результата, отстаивать свою точку зрения, приводя факты;

– оценка «хорошо» (4 балла) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, собрать необходимую информацию по рассматриваемому явлению и проанализировать полученные результаты;

– оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не владеет перечисленными навыками.

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПОДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Раздел 1. Введение в экономическую теорию

Вариант 1

№ 1. Дайте комментарий к следующему утверждению: «Экономическая теория была бы не нужна, если бы все люди могли получать желаемое в неограниченных количествах».

№ 2 а) «в 1991-1996 гг. в экономике России наблюдался спад производства и высокие темпы инфляции»;

б) «необходимо разработать комплекс мер по замедлению или прекращению спада производства и снижению темпов инфляции»;

в) «структурная перестройка экономики России, помимо других целей, направлена на повышение уровня потребления людей»;

г) «осуществление структурной перестройки экономики неизбежно ведет к разрушению эгалитаризма, господствующего в мышлении многих людей, резкому росту безработицы, что потенциально влечет за собой социальную дестабилизацию, и поэтому структурная перестройка должна осуществляться постепенно».

Определите позитивные и нормативные утверждения.

№ 3. Определите утверждения, относящиеся к микро- и макроэкономике:

а) правительство осуществляет политику либерализации цен;

б) отсутствие дождей в течение продолжительного времени вызвало в центральных районах России падение урожайности зерновых;

в) минимальный уровень заработной платы в России составляет 2300 рублей;

г) ликвидация бюджетного дефицита является одним из средств снижения уровня инфляции;

д) снижение налоговых ставок призвано способствовать оживлению деловой активности в стране;

е) размер стипендии студента зависит от среднедушевого дохода его семьи или личного дохода студента;

ж) введение конвертируемости национальной денежной единицы является элементом либерализации внешнеэкономической деятельности, открытия экономики.

№ 4. Каждому из отмеченных цифрами определений найдите соответствующее понятие (А, Б, В, Г):

1 метод умозаключений, основанный на обобщении фактов;

2 направление в экономической науке, основанное на оценочных суждениях относительно того, какой должна быть экономика;

3 абстрактная структура, создающая упрощенную картину экономической реальности;

4 метод исследований объекта, состоящий в отвлечении от случайных, временных связей.

А Экономическая модель

Б Абстракция

В Индукция

Г Нормативная экономическая теория

№ 5. Существуют ли общие экономические проблемы для обществ: с централизованным планированием, традиционного, с рыночной экономикой? Согласны ли Вы с такой формулировкой вопроса?

Вариант 2

№ 1. «Современное производство - это сложный, громоздкий механизм; для нормального его функционирования необходим мощный управляющий орган, который бы корректировал спонтанный рыночный порядок для создания более благоприятных условий, в которых успешно проявляла себя личная инициатива».

«Современное производство - это сложная система, основанная на принципе саморегулирования, создающая благоприятные возможности для реализации каждым человеком своих способностей».

Какое из двух высказываний принадлежит стороннику кейнсианской модели человека? Классической модели? Вы как руководитель предприятия придерживались бы первой или второй точки зрения?

№ 2. Какое из положений и почему не имеет отношения к содержанию предмета экономической теории?

- а) максимальное удовлетворение потребностей;
- б) экономическое благо;
- в) неограниченные потребности;
- г) неограниченные ресурсы;
- д) эффективное использование ресурсов.

№ 3. При переходе к рыночным отношениям в России были нарушены оптимальные пределы дифференциации доходов.

В сложившихся условиях необходимо повысить роль налоговой системы в устранении столь резкой дифференциации в уровнях дохода различных социальных групп.

Определите элементы нормативного и позитивного анализа в приведенных выше положениях.

№ 4. Покажите графически зависимость между:

- а) температурой воздуха и простудными заболеваниями;
- б) простудными заболеваниями и спросом на аспирин.

В каком из случаев наблюдается прямая, а в каком обратная зависимость между изучаемыми явлениями?

№ 5. а) проблема «что производить» возникает только при ограниченности ресурсов и характерна для частного бизнеса;

б) проблема «как производить» не стоит перед обществом с большим количеством трудоспособного населения;

в) проблема «для кого производить» не является актуальной для общества с централизованным планированием.

Обоснуйте свои ответы на каждый из этих пунктов.

Раздел 2. Микроэкономика

Вариант 1

Задача № 1. Отказавшись от работы столяром с зарплатой 17 тыс. р. в год или учебы в колледже с годовой платой за обучение в размере 4 тыс. р., Петр поступил работать токарем за 14 тыс. р. в год. Одновременно Петр может заниматься только одним делом. Каковы альтернативная стоимость и упущенная выгода его решения в данном году?

Задача № 2. Королевство Рубляндия производит два знаменитых продукта: масло (образ мирной продукции) и пушки (образ военной продукции) и имеет следующие возможности:

Масло	12	10	7	4	0
пушки	0	4	6	7	8

1. Постройте КПВ.
2. Каково максимально возможное производство пушек?
3. Сколько может быть произведено пушек при производстве 7 тыс. т масла?
4. Найти альтернативную стоимость увеличения производства пушек с 6 тыс. до 7 тыс. в год?
5. На сколько может быть увеличен выпуск масла при производстве 4 тыс. т масла и 4 тыс. штук пушек?
6. Можно ли произвести с помощью имеющихся ресурсов 6,7 тыс. пушек и 5,5 тыс. т масла?

7. Какова максимальная альтернативная стоимость производства одной тысячи пушек? Какова минимальная?

Задача № 3. На путешествие самолетом из Москвы в Красноярск инженер тратит сутки с учетом сопутствующих затрат времени. Поездка в поезде займет 4 дня. Авиабилет стоит 1 тыс. р., а железнодорожный билет – 580 р. Сколько должен зарабатывать в будний день инженер (в воскресные дни он не работает), чтобы ему было все равно с чисто экономических позиций – лететь в будний день или ехать поездом 4 будних дня?

Вариант 2

Задача № 1. Самолетом из Москвы во Владивосток можно обратиться за 8 ч, но с учетом сопутствующих затрат времени можно считать, что сутки для работы или отдыха теряются. Поездка в поезде займет 9 дней. Авиабилет стоит 900 р., а железнодорожный билет – 500 р.

А) Какой способ передвижения дешевле для человека, зарабатывающего 50 р. каждый рабочий день с понедельника по пятницу?

Б) Если 4 из 9 дней пути на поезде приходится на выходные, то, сколько должен зарабатывать в будний день наш путешественник, чтобы ему было все равно с чисто экономических позиций – лететь в выходной день или ехать поездом?

Задача № 2. Построить КПВ по следующей информации. Максимальное производство масла составляет 135 т. При увеличении производства пушек с 0 до 30 для производства каждых 10 пушек придется пожертвовать снижением производства масла на

15 т. Дальнейшее увеличение производства пушек с 30 до 60 приведет к увеличению альтернативной стоимости до 2т. за пушку. И, наконец, последние пушки будут обходиться по 3т масла заштуку.

Задача № 3. Павлу предложили работать столяром с зарплатой, равной 12 тыс. р. в год, или работать водителем за 13 тыс. р. в год. Тем не менее, он поступил в колледж с годовой платой за обучение в размере 6 тыс. р. Какова упущенная выгода его решения на первом году обучения, если Павел имеет возможность в свободное от занятий в колледже время работать в магазине за 400 р. в месяц?

Критерии оценки:

– оценка «отлично» (15 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, решить поставленную задачу и проанализировать полученные результаты, объяснить причины отклонений от желаемого результата, отстаивать свою точку зрения, приводя факты;

– оценка «хорошо» (12 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, решить поставленную задачу и проанализировать полученные результаты;

– оценка «удовлетворительно» (8 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести формулы расчета, рассчитать задание;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не владеет перечисленными навыками.

КЕЙС-ЗАДАЧИ ПОДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

Кейс 1. Принципы, которыми руководствуются покупатели при выборе солнцезащитных очков.

Это лето не балует нас тёплыми днями. Но иногда солнце появляется на горизонте. Приходится надевать солнцезащитные очки. По какому же принципу жители нашего города выбирают себе очки?

Блиц:

То, что нравится и всё;
Чтобы было удобно;
Что подойдёт;
Девушкам нравится;
Подходящие по цене.

Из опроса видно, что основными критериями выбора солнцезащитных очков являются красота, удобство и цвет. Не учитывается главное — безопасность для глаз. Глаза необходимо защищать от ультрафиолетовых лучей. Далеко не все солнцезащитные очки одинаково эффективны.

Виктор Фурин (врач-офтальмолог): Не стоит покупать низкой ценой и приобретать очки на рынке. Там линзы не проверяются. В магазинах же имеются сертификаты, которые свидетельствуют о прохождении проверки в государственных органах надзора. Для проверки качества очков существует специальный прибор, который позволяет определить, лучи, какого спектра проходят через линзу. Мнение, что стеклянные линзы оказывают лучшую защиту, — ошибочно. Сегодня появилось огромное количество пластиковых линз с блоком защиты от ультрафиолета. Не зависит качество очков и от уровня затемнённости...

Как выбрать солнцезащитные очки без вреда для здоровья?

Ученым давно известно, что солнце круглогодично испускает ультрафиолетовые лучи спектра А, В, С, причем, происходит это как в солнечные, так и в самые обычные, скучные облачные дни. Лучи класса В могут, в отличие от прочих, представлять серьезную опасность для органа зрения. В самом начале перестройки, когда в нашу страну хлынула волна китайских товаров исключительно низкого качества, носить темные очки стало модным. Немало людей в те годы пополнили ряды пациентов офтальмологических клиник, ведь плохая защита в этом деле хуже, чем ее отсутствие. Те очки исключительно здорово защищали глаза от видимого света, зрачки в «темноте» расширились и пропускали вдвое больше опасного ультрафиолета, защитит от которого темные линзы были не в состоянии. Итог у этой гонки за модой был очень печальный. Выбор очков, особенно их дизайна – дело сугубо личное, индивидуальное, но в целях безопасности всегда покупайте их в серьезных местах. Покупайте очки там, где есть специальная аппаратура для проверки защитной способности линз против ультрафиолета. В любом случае внимательно ознакомьтесь с тем, что сулит этикетка.

Вопросы:

3. Говорит ли такое поведение покупателей темных очков об их ограниченной рациональности? В чем она проявляется?

4. Каким принципом руководствуются люди при принятии решения о покупке темных очков? Почему?

Кейс 2. Концепции рациональности и ожидания потребителей.

В прошлом году девятилетняя Ши О'Горман из написала Стиву Джобсу, президенту AppleComputer. У Ши есть портативный плеер iPodNano, он ей очень нравится, но все же кое-что в нем ей бы хотелось улучшить. И вот свою новаторскую идею девочка изложила в письме к Джобсу: текст производимой плеером песни должен отображаться на дисплее, и тогда ее можно будет петь вместе с исполнителем. Через три месяца пришел ответ. В тот день вся семья торжественно собралась за столом, чтобы зачитать письмо из Apple. Каково же было разочарование семейства, когда оно увидело, что письмо написано не самим Джобсом, а одним из его многочисленных юристов! В письме говорилось, что компания не нуждается в «незапрашиваемых идеях». А кроме того, юрист посоветовал девочке ознакомиться с «юридической политикой компании», которой посвящен целый раздел веб-сайта AppleCompanу. «Ши очень расстроилась, сразу убежала к себе в комнату и скрылась там, хлопнув дверью», – рассказала мама третьеклассницы.

Этот эпизод может стать отдельной главой учебника для маркетологов – «Как нельзя поступать со своими клиентами». У Джобса система реагирования на письма клиентов, даже доброжелательные, не говоря уже о тех, что исходят от детей, просто никакая. Что лишний раз подтверждает: даже лучшие бренды не оправдывают ожиданий своих самых верных клиентов.

Но прежде чем спустить на Apple всех собак, подумайте вот о чем: согласно индексу лояльности потребителей за 2005 год Apple в своем несчастье не одинок. Исследователи компании BrandKeys при составлении индекса изучили отношение потребителей к брендам из 35 категорий. Как выяснилось, в среднем уровень ожиданий потребителя по отношению к ним в сравнении с прошлым годом вырос на 4,5%. А вот средняя способность брендов удовлетворять этим ожиданиям за год снизилась на 9,2%. Другими словами, хотя бренды изо всех сил и пытаются отвечать ожиданиям потребителя, те все же растут в два раза быстрее, чем способность брендов угнаться за ними. Ситуация с Apple–компанией, которая всегда обезоруживала конкурентов тем, что держала руку на пульсе потребителя, — только подтверждает эту тенденцию.

Дистанцию, отделяющую реальные возможности бренда от ожиданий потребителя, вполне можно сравнить с пропастью. Президент BrandKeys Роберт Пассикофф говорит, что с каждым годом эта пропасть все ширится: «Ожидания возросли во всех категориях. Apple– не единственный пример». Согласно одной из теорий компании сами поставили себя под удар. Годами маркетологи бахвалились тем, что знают, как привести потребителя в восторг. Хочет потребитель, чтобы на подушке в отеле его ждала плитка восхитительного шоколада? Нате, пожалуйста! Желает, чтобы его сиденье в самолете было оснащено многоканальным телевизионным кабелем? Да вообще не проблема! Что ж, сработало... Потребитель стал более требовательным. Можно сказать, нереально требовательным. Возьмем воду (столовую или минеральную). Вот уж поистине красноречивый пример. Существует масса «водяных брендов», которые носят разные имена и заливаются в разную стеклотару. Но на вкус одна вода ничем не отличается от другой. Если потребителя спросить об этом в лоб, да еще и вопрос поставить ребром, то и он с этим согласится. А кто б не согласился? Однако только за 2006 год ожидания по отношению к бутилированной воде возросли аж на 8%! Основное выдвигаемое при этом требование потребителя — «вода должна быть более освежающей»...

Как вода может быть «более освежающей», непонятно, но, зато теперь понятны причины успеха таких новых брендов, как Propel (Gatorade) и Vitaminwater (компания Glaceau), заявивших, что «обычная вода не стоит того, чтобы ее пить».

Святая вера потребителя в вышесказанное выходит за рамки понимания. И явно свидетельствует о том, что его ожидания не достигли потолка. И практические, и эзотерические ожидания потребителя продолжают расти. Но вот, пожалуй, вопрос, на который пока не сможет ответить ни одно исследование: «Где же он, этот пресловутый потолок?»

Кстати, глубина пропасти между ожиданием и удовлетворением во многом зависит от сути бренда, то есть напрямую связана с категорией, к которой он относится. К примеру, потребитель не особенно требователен по отношению к старым добрым продуктам питания. А вот когда дело доходит до брендов, связанных с технологиями, потолок ожиданий взвывается чуть ли не до небес. Производители DVD-плееров, домашних кинотеатров, компьютеров и мобильных телефонов зажаты в порочном круге обещаний и требований, которые растут в той же пропорции, в какой развиваются инновационные технологии. К примеру, Google пообещал заархивировать всю мировую информацию на одной только своей домашней страничке. Что ж, в наши дни и это обещание можно назвать вполневзвешенным.

А мораль сего исследования такова: ожидания следует контролировать столь же тщательно и аккуратно, как и обещания. Наобещать можно с три короба. К примеру, что, купив товар, покупатель сразу же почувствует себя сексуальным, крутым и богатым. Проблема в том, как исполнить эти обещания. Как сделать так, чтобы покупатель действительно все это почувствовал? Ожидания растут гораздо быстрее, чем способность их удовлетворять, только за прошедший год их уровень возрос на 8%. СМИ вылили на Apple много негатива, в том числе и в связи с историей Ши О'Горман. А все потому, что у потребителей ломаются iPod, а потом им не удается добиться от отдела технической поддержки настоящей помощи. «Нельзя так обращаться с потребителем, – заключает Джо Джаффе, глава консалтинговой компании Jaffe. – В Apple, кажется, взяли за правило плевать на обращения потребителя и держаться от него подальше... Очень рискованная стратегия».

Вопросы:

Потребители

Как Вы считаете, говорит ли требование потребителя «вода должна быть более освежающей» о его совершенной рациональности? Аргументируйте Ваш ответ.

Продавцы

Каким образом компании влияют на ожидания потребителей?

С какими проблемами может столкнуться компания, которая обещает, что, «купив товар, покупатель сразу же почувствует себя сексуальным, крутым и богатым»?

Соответствует ли подобное поведение компании предпосылке о совершенной рациональности?

Найдите в кейсе подтверждение ограниченной рациональности представителей компаний, определяющих политику относительно брендов. Какой принцип лежит в основе принимаемых ими решений? Аргументируйте свой ответ.

Кейс 3. Ценовая война и проблема кооперации.

Ценовая война – цикл последовательных уменьшений цены конкурирующими на олигополистических рынках фирмами (см. Олигополия). Ценовая война является одним из многих возможных последствий олигополистического соперничества. Войны цен хороши для потребителей, которые могут приобретать товары по более низким ценам, чем раньше, но плохи для продавцов, так как ведут к уменьшению их прибылей. Ценовая

война может продолжаться до тех пор, пока цен не упадет до уровня средних издержек производства. При этом общий рыночный выпуск будет таким же, какой имел бы место в условиях совершенной конкуренции.

Сотовые операторы развязывают ценовую войну в Москве.

Как стало известно вчера, в Москве в продаже появились абонентские комплекты «Джинс-Рерси» от компании МТС с \$1 на счету по цене 1 руб. Это уже второе за последний месяц сверхдешевое предложение на столичном рынке сотовой связи: в начале марта компания «МегаФон» ввела тариф «Мобильный», в котором минута разговора стоит 1 руб. Эксперты не исключают, что в начавшуюся ценовую войну может включиться и «Вымпелком».

Эксперты, однако, не исключают, что появление сверхдешевого тарифа на рынке могло стать ответом МТС на действия оператора «МегаФон». В начале месяца компания представила тариф «Мобильный», главное новшество которого – единая цена на связь при внутрисетевых звонках и звонках на федеральные мобильные номера других сотовых операторов. До 30 апреля она откровенно демпинговая – 1 руб. за минуту при себестоимости мобильной связи на уровне 1,4 – 1,6 руб. По информации Ъ, с 1 мая цены в тарифе «Мобильный» заметно вырастут – до 1,9 руб. за минуту, однако при этом останутся в 1,5 – 2,5 раза ниже цен в самых дешевых тарифах МТС и «Вымпелкома».

В «Вымпелкоме» вчера действия конкурентов назвали откровенно демпинговыми и заявили, что компания не собирается снижать свои тарифы в Москве или дешево продавать контракты. Однако эксперты считают, что оператору придется каким-либо образом реагировать на действия конкурентов. «С 1 июля начнет действовать принцип сохранения номера при переходе от одного мобильного оператора к другому, — говорит Борис Овчинников из J'Son&Partners. – Это спровоцирует многих абонентов поменять оператора. Качество связи в столице у всех примерно равное, и потребитель будет выбирать именно по цене».

Вопросы:

Выбор ценовой стратегии и проблема кооперации.

5. Постройте матрицу игры для двух компаний — сотовых операторов (пусть в данный момент времени каждая из них решает, снизить ей тарифы или нет).

6. Найдите равновесие (равновесия) в чистых стратегиях.

7. В чем здесь заключается проблема кооперации?

8. Какие способы ее решения Вы можете предложить?

Кейс 5. Функции альтернативных институтов, регулирующих деятельность предпринимателей в России 1990-х.

«По сути, право собственности по отношению к активам бизнесмена обеспечивалось наличием силового ресурса и реализовывалось в отстаивании силовой структурой права на получение охранной дани перед другими претендентами. Поэтому время от времени силовые структуры вынуждены были защищать своих клиентов от себе подобных». «Тактика жесткого давления и физического устрашения, практиковавшаяся преступными группировками, а также постоянные сообщения в СМИ, усиливавшие ощущение опасности и повышенного риска, привели к силовым предпринимателям множество клиентов. Искусственно создаваемые транзакционные проблемы также способствовали усилению потребности в силовых партнерах. Эту тактику можно проиллюстрировать следующим примером. Семья Петренко (фамилия

изменена) приехала в Петербург с Украины в поисках работы. Через некоторое время они начали работать с представителями «комаровской» группировки, учредив торговую фирму, предлагающую оптовые поставки ходовых продуктов по низким ценам. Для поставки продуктов фирма требовала предоплату. Собрав таким образом определенное количество денег, в основном с представителей отдаленных регионов, фирма попросту исчезала, а через некоторое время появлялась вновь под другим именем, снова рекламируя оптовые поставки. Этот нехитрый, но очень распространенный бизнес-трюк известен как «кидок». Если обманутые покупатели все же начинали заниматься активными поисками и приезжали в Петербург, пытаясь вернуть свои деньги, «комаровские» доходчиво объясняли им бесперспективность этого занятия. Но когда в целях возврата денег из Сибири от имени одного коммерсанта приехали два вора в законе, то «комаровские» вернули деньги и неустойку. Очевидно, что сибирские силовые партнеры взяли себе значительные комиссионные за возврат предоплаченной суммы».

Вопросы:

1. Перечислите альтернативные институты, которые описаны в этом фрагменте.
2. Какие функции выполняют описанные альтернативные институты? Каковы причины их эффективности?

Кейс 6. Институт силового партнерства в России 1990-х.

«Не менее серьезны были действительные проблемы, возникавшие в результате непродуманной экономической политики и быстрой приватизации». «Большинство крупных и средних предприятий перешли в собственность трудовых коллективов и директоров; доля внешних владельцев поначалу была сравнительно невелика. Мне не встречалось убедительных свидетельств того, что на начальных этапах преступные группировки становились собственниками предприятий или даже стремились к этому. Но зато многое говорит о том, что, поскольку существовавшие на тот момент правовые институты были неэффективны и доступ к ним предполагал высокие издержки, преступные группировки и другие силовые структуры принимали активное участие в решении транзакционных проблем, опосредуя отношения между новыми собственниками. Опросы предпринимателей, проводившиеся в 1990-е гг., устойчиво показывали, что низкая контрактная дисциплина и низкий уровень надежности партнеров воспринимались как наиболее острые проблемы». «Исследователи сходятся в том, что в российской деловой практике участники в большой степени полагаются на имеющиеся (родственные, дружеские и т. п.) связи и неформальные методы, в значительной степени – на частные силовые структуры, и относительно мало пользуются государственными судебными инстанциями (хотя этот показатель начал возрастать во второй половине 1990-х гг.)».

«Одной из причин широкого распространения института силового партнерства стало игнорирование значительной частью предпринимателей государственной судебной и правоохранительной системы. Истоки такого отношения лежат в запутанности существующих законов и подзаконных актов, больших сроках рассмотрения дел в судах и слабости исполнительной системы». «Низкая эффективность работы судебных органов и низкая результативность официальных способов исполнения решений были не единственными факторами, способствовавшими тому, что многие хозяйствующие субъекты игнорировали государственную судебную систему. К ним следует добавить чрезмерно высокие издержки легальной экономической деятельности, т. е. высокую цену доступа к государственной судебной системе, которая подталкивала к поиску альтернативных (теневых) судебных механизмов».

«Мы готовы работать с рэкетом, потому что он берет 10%. Государство берет 90% в виде налогов и еще больше в виде разного рода поборов и штрафов», – это высказывание предпринимателя из Омска хотя и содержит некоторые искажения (бандиты берут до 30%, а иногда и больше; от государства можно откупиться меньшими потерями), тем не менее хорошо отражает установку определенной части мелкого и среднего бизнеса».

Вопросы:

1. Охарактеризуйте институциональную среду, в которой приходилось работать предпринимателям.
2. Можно ли считать неэффективность правовых институтов одним из факторов, обусловивших возникновение альтернативных институтов? Аргументируйте свой ответ.
3. Какие еще причины возникновения альтернативных институтов Вы можете назвать?
4. В чем заключалось преимущество альтернативных институтов по сравнению с государственными формальными, правовыми институтами?

Критерии оценки:

– оценка «отлично» (10 баллов) выставляется студенту, если он владеет

категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, решить поставленную задачу и проанализировать полученные результаты, объяснить причины отклонений от желаемого результата, отстаивать свою точку зрения, приводя факты;

– оценка «хорошо» (8 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, решить поставленную задачу и проанализировать полученные результаты;

– оценка «удовлетворительно» (6 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести формулы расчета, рассчитать задание;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не владеет перечисленными навыками.

**ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ)
ПОДИСЦИПЛИНЕ
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»**

1. Фундаментальные проблемы экономики
2. Эволюция методов экономической науки
3. Основные направления развития современного экономического знания
4. Изменение реальной экономики и развитие экономической теории: взаимосвязь и взаимодействие
5. Национальные модели рыночной экономики (на примере различных стран)
6. Эффективность экономической системы
7. Преимущества и недостатки различных вариантов приватизационного процесса в России
8. Частная собственность: преимущества и недостатки, тенденции и перспективы развития в России
9. Многообразие и противоречие интересов в современной экономике
10. Проблемы эффективности производства в условиях рыночной экономики
11. Экономическая система современной России
12. Постиндустриальная экономика: характерные черты, тенденции и перспективы развития
13. Социально-ориентируемое рыночное хозяйство
14. Внешние эффекты в российской экономике и роль государства в их регулировании
15. Виртуальные деньги: происхождение и перспективы использования
16. Кредитные и «электронные» деньги: преимущества и недостатки
17. Роль конкуренции в современной экономике
18. Естественные монополии и их роль в экономике России
19. Рейдерство в российской экономике
20. Координирующая роль цен
21. Либерализация цен и ее влияние на экономику России
22. Дефицитный рынок: причины функционирования и последствия
23. Эластичность спроса и предложения, ее значение для предпринимательской практики
24. Государственное вмешательство в процессы рыночного ценообразования: причины и последствия
25. Стель и культура потребления
26. Управление потребительским поведением
27. Кривые Энгеля и их современное значение
28. Теория потребительского поведения: прикладной аспект
29. Рациональное поведение потребителя в рыночной экономике: миф или реальность
30. Общество потребления: формирование и тенденции развития
31. Концепция альтернативных издержек производства и предпринимательская практика
32. Основные свойства производственной функции
33. Оптимальный размер предприятия (особенности различных отраслей российской экономики)
34. Проблема снижения издержек на российских предприятиях
35. Факторы экономии и дезэкономии на масштабах производства (особенности российской экономики)
36. Роль малого бизнеса в экономике России
37. Основной капитал и его обновление в современной России
38. Проблема эффективности крупных предприятий
39. Роль крупных предприятий в экономике России
40. Проблема монополизации российского рынка
41. Особенности ценообразования на факторы производства

42. Современные системы оплаты труда
43. Дифференциация заработной платы
44. Экономическая роль профсоюзов: мировой и российский опыт
45. Природные ресурсы и их роль в экономике
46. Земельная рента в современном агропромышленном производстве
47. Цена земли: сущность, факторы, определяющие динамику
48. Состояние и перспективы рынка капитала в России
49. Критерии социально-экономического положения страны: общая характеристика их уровня и тенденций
50. Структурные сдвиги в российской экономике
51. Социально-экономическое содержание и формы общественного воспроизводства
52. Инновационный тип воспроизводства
53. Теневая экономика в современной России
54. Экономический потенциал России
55. Место и роль спроса в системе общественного воспроизводства
56. Проблемы превращения сбережений в инвестиции в современной России
57. Мультипликационный эффект в экономике
58. Роль инвестиций в экономике
59. Колебательное развитие экономики: причины, формы, возможность регулирования
60. Теории экономических циклов и их эволюция
61. Большие циклы Н.Д. Кондратьева и их современные интерпретации
62. Эволюция денежных систем
63. Инфляция как проявление макроэкономической нестабильности
64. Теории инфляции
65. Особенности инфляционного процесса в России
66. Структурные изменения в экономике и рынок труда
67. Безработица: теоретические и практические аспекты
68. Социальные и экономические издержки безработицы
69. Экономический рост и эффективность экономики
70. Социально-экономическое развитие: содержание понятия и взаимосвязь с экономическим ростом
71. Экономический рост и качество жизни
72. Инвестиции как фактор экономического роста
73. Инновационная составляющая экономического роста
74. Институциональные основы экономического роста
75. Ограничения экономического роста в современной экономике России
76. Фискальная политика российского государства
77. Денежно-кредитная политика российского государства
78. Доходы и расходы государственного бюджета, их структура и роль в экономическом развитии
79. Границы государственного вмешательства в экономику
80. Банковская система России: становление и перспективы развития
81. Эволюция налоговой системы России
82. Глобализация: сущность, направления, факторы, последствия
83. Особенности современного международного разделения труда
84. Место и роль ТНК и ТНБ в мировой экономике
85. Западноевропейская интеграция: направления, этапы, перспективы, проблемы
86. Место России в международном разделении труда
87. Основные принципы и перспективы формирования внешнеэкономической политики России

Критерии оценки:

– оценка «отлично» (10 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, оформил согласно требованиям реферат (доклад), может выступить с докладом, привести классификацию факторов явления и проанализировать полученные результаты, объяснить причины отклонений от желаемого результата, отстаивать свою точку зрения, приводя факты, может отвечать на вопросы;

– оценка «хорошо» (8 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, оформил согласно требованиям реферат (доклад), может выступить с докладом, привести классификацию факторов явления, может отвечать на вопросы;

– оценка «удовлетворительно» (6 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, оформил согласно требованиям реферат (доклад), может выступить с докладом;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не владеет перечисленными навыками.

ТЕМЫ КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ

1. Ограниченность ресурсов и безграничные потребности общества.
2. Классификация экономических систем.
3. Конкурентные и неконкурентные рынки.
4. Теория трудовой стоимости и предельная полезность.
5. Спрос и предложение. Равновесная цена. Нарушение равновесия.
6. Эластичность спроса и предложения. Коэффициенты эластичности.
7. Бюджетное ограничение и кривые безразличия.
8. Издержки производства, их сущность и структура.
9. Динамика издержек в долгосрочном и краткосрочном периодах и стратегия фирмы.
10. Прибыль, ее структура и ее форма на Западе и на российских предприятиях.
11. Основные формы деловых предприятий.
12. Собственность, виды собственности. Трансакционные издержки.
13. Монополия. Показатели монопольной власти.
14. Монополистическая конкуренция.
15. Олигополия. Типы олигополий.
16. Спрос и предложение труда. Определение среднего уровня заработной платы.
17. Роль профсоюзов на рынке труда. Распределение доходов.
18. Рынок капитала. Ссудный процент.
19. Рынок земли. Экономическая рента.
20. Общее равновесие и экономическая эффективность.
21. Неопределенность и риск.
22. Спекуляция и ее роль в экономике.
23. Внешние эффекты. Теория Коуза.
24. Основные направления антимонопольного регулирования в России.
25. Система национальных счетов: сущность, задачи, виды.
26. Совокупный спрос и совокупное предложение.
27. Необходимость и предпосылки возникновения денег. Современные деньги и их функции.
28. Спрос и предложение денег. Понятие «денежных агрегатов».
29. Банковская система: понятие и элементы.
30. Банковский мультипликатор. Современное состояние банковской системы в России.
31. Денежно-кредитная политика государства.
32. Финансы: общее понятие, функции. Финансовая политика.
33. Налогообложение в России.
34. Сущность инфляции. Виды инфляции и ее причины.
35. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика.
36. Экономическая политика государства в России.
37. Экономический рост и его типы.
38. Инвестиции в современных условиях России.
39. Причины безработицы, ее типы и способы решения.
40. Рынок ценных бумаг. Механизм его функционирования.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Особенности и достижения в развитии экономической мысли в России.
2. Какова связь экономической теории с общественными, экономическими, социальными и естественными науками
3. Какова специфика методологии микроэкономики
4. Каково место технологии, энергии и информации в общественном производстве?
Можно ли считать их самостоятельными факторами производства?
5. Рациональное поведение как предпосылка экономического анализа.
6. Решение проблем что, как, для кого производить в традиционном обществе, рыночной и плановой экономике: сравнительный анализ.
7. Экономическая теория о человеке в рыночной экономике.
8. Теневая экономика, «черный» и «серый» рынки: истоки и действующие лица.
9. Могут ли иметь потребительную стоимость услуги?
10. Теория трудовой стоимости.
11. Функциональная теория стоимости.
12. Функции денег как система.
13. Эволюция денег как двуединый процесс, его объективная обусловленность, основные тенденции.
14. Основные направления эволюции кредитных денег и их роли.
15. Какова роль государственного золотого запаса в условиях современной экономики?
16. Отношения и права собственности.
17. Россия: отношения собственности в переходной экономике.
18. Частная собственность, ее достоинства и недостатки.
19. Необходимость и ограниченность использования государственной собственности в системе свободного рынка.
20. Кооперативная собственность: сущность и мировой опыт ее использования.
21. Опыт зарубежных стран в проведении приватизации и разгосударствления.
22. Национализация и приватизация: экономическая целесообразность.
23. История бизнеса в России.
24. Роль мелкого бизнеса в экономической системе.
25. «Плюсы» и «минусы» крупного бизнеса.
26. Проблемы создания и развития малых предприятий в России.
27. Роль рискованного предпринимательства в экономике.
28. Спрос и факторы, на него влияющие, особенности спроса в современных условиях.
29. Монополия, сущность и виды.
30. Совершенная и несовершенная конкуренция.
31. Особенности монополизма в нашей стране и пути его преодоления.
32. Что такое спекуляция в рыночной экономике и как она вписывается в рыночный механизм?
33. Взаимосвязь конкуренции и научно-технического прогресса.
34. Формирование цены и законы рынка.

35. Теории кардиналистской полезности и реальность. Максимизирует ли реальный потребитель свою полезность?
36. Метод Лагранжа и его использование в экономическом анализе.
37. Поведение потребителя в условиях неопределенности.
38. Закон убывающей предельной производительности.
39. Производственная функция и изокванта.
40. Правило минимизации издержек и возможности его практического применения.
41. Современная динамика издержек производства в российской экономике.
42. Влияние рекламы на величину издержек фирмы.
43. Отраслевой оптимум размеров предприятия и его влияния на долгосрочные издержки фирмы.
44. Почему экономистов не удовлетворяет традиционная теория фирмы?
45. Анализ внутренних и внешних источников роста фирмы в современной российской экономике.
46. Особенности слияний и поглощений в мировой экономике в последнее десятилетие.
47. Потребительский рынок и риск.
48. Виды потерь и риска в производственном, коммерческом и финансовом предпринимательстве.
49. Управление предпринимательскими рисками.
50. Риски в современном бизнесе
51. Формы и методы конкурентной борьбы в современной экономике.
52. Теория монополии В.И. Ленина и современность.
53. Пути преодоления монополистических тенденций в российской экономике.
54. Монополия и научно-технический прогресс.
55. Взаимодействие монополий и немонополистических компаний.
56. Естественные монополии в российской экономике.
57. Значение дифференциации продукта и рекламы.
58. Олигополистические отраслевые структуры в российской экономике.
59. Современные картели и их поведение на мировых рынках.
60. Классическая теория и экономикс о ценообразовании на рынке факторов производства (сравнительный анализ).
61. Роль предельного продукта фактора производства в определении принципов организации фирмы.
62. Классическая политэкономия о специфике рентных отношений работника.
63. Роль свободного времени в процессе формирования предложения труда (эффект замещения и эффект дохода).
64. Влияния деятельности профсоюзов на формирование цены труда.
65. Современные тенденции ценообразования на рынке факторов производства в России.
66. Современные тенденции ценообразования на рынке капитала в России.
67. Цена земли: теория и практика.
68. Классическая политэкономия о специфике рентных отношений.
69. Современные тенденции ценообразования на рынке земли в России.

70. Противоречие между экономической эффективностью и социальной справедливостью.
71. Теории справедливого распределения.
72. Положительные и отрицательные внешние эффекты в российской экономике и роль государства в их регулировании (на конкретных примерах).
73. Формы и методы обеспечения полной и достоверной информации на российских рынках.
74. Причины неравенства доходов в рыночной экономике.
75. Неравенство доходов и коэффициент Джини в России.
76. Политика смягчения неравенства доходов в современной российской экономике.
77. Государство в шведской и американской моделях рынка.
78. Государство как самостоятельный хозяйственный субъект.