Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пономарев Александр Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.04.2023 15:05:44
Уникальный программный ключ:
b4d9d809cd665c8cfd4389f1f19bb59ee6a0c0f9

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Институт социальных и гуманитарных знаний»
ЧОУ ВО «ИСГЗ»

«Утверждаю»
Первый проректор
_____ Н.Т. Димитриева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Управленческий анализ в отраслях

Общий объем дисциплины по учебному плану 5 (zet) 180 (часов)

по направлению подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль: **Бухгалтерский учет, анализ и аудит**

ФГОС ВО утвержден приказом МО и Н РФ от 12 августа 2020г. № 954

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Нормативный срок освоения программы – 4 года
Форма обучения - очная, заочная, очно-заочная

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель курса: формирование у будущих специалистов понимания организационно-технических особенностей отдельных сегментов бизнеса и их учет в процессе анализа их деятельности, оценки финансовых результатов и финансового состояния предприятия, умение организовать бухгалтерский учет и провести управленческий анализ, направленный на обоснование оперативных, текущих и стратегических решений в основных подразделениях аппарата управления предприятия.

Задачи: поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов; обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов; использование методов управленческого анализа, позволяющих смоделировать и оценить различные варианты будущего развития компании; подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов; участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.

2. Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Управленческий анализ в отраслях» изучается в цикле дисциплин по выбору части, формируемая участниками образовательных отношений. Ее изучение базируется на освоении дисциплин «Экономическая теория», «Методы принятия управленческих решений», «Экономика фирмы», «Статистика». Дисциплина «Управленческий анализ в отраслях» в свою очередь обеспечивает теоретическую базу для результативного освоения дисциплин, связанных с налогообложением, финансовым контролем, а также длявыполнения выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

Наименование профессиональных компетенций	**Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции**
ПК-1. Способенпроводить экономический анализ, бюджетирование и управлять денежными потоками на предприятиях иорганизациях	ПК-1.1. Знает основы проведения экономического, назначение и порядок формирования бюджетов, содержание управления денежными потоками вэкономических субъектах ПК-1.2. Умеет провести экономический анализ, формировать бюджеты, управлять денежными потоками ПК-1.3. Владеет основными навыками проведения экономического анализа, формирования бюджетов,управления денежными потоками в экономическихсубъектах

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- принципы и методы управленческого анализа; факторы, влияющие на выводы по итогам анализа;

Уметь:

- анализировать результаты производства, реализации продукции;

Владеть:

- методами управления затратами на производство;
- методами управления оборотными и денежными средствами предприятия

4. Содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 180 (академ.часа), в т.ч. на контактную работу обучающихся с преподавателем (аудиторные занятия) выделено 80 академ. часов, а на самостоятельную работу студентов - 100 академ. часов.

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

с указанием форм учебных занятий и количества отведенных на выполнение академических часов

для очной формы обучения

Наименование тем/разделов	ВСЕГО по плану(ак.ч.)	Аудиторные занятия 80 академ. часов				СРС 100 академ. часов				
		Всего (ак.ч.)	Лек.	Практ. / Сем.	КСР	**Всего** (ак.ч.)	Тест	Эссе	Контрольная работа	Самостоятельное изучение учебной литературы
Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления	17	7	3	4		10	4		4	6
Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа	17	7	3	4		10	4		4	6
Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений	18	8	3	4	1	10	4		4	6
Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений	18	8	3	4	1	10	4		4	6
Тема 5. Методы Экономического обоснования управленческих решений	18	8	3	4	1	10	4		4	6
Тема 6. Экономический анализ результатов производства	18	8	3	4	1	10	4		4	6
Тема 7. Анализ производства и реализации продукции	18	8	3	4	1	10	4		4	6
Тема 8. Управление затратами на производство	18	8	3	4	1	10	4		4	6
Тема 9. Управление оборотными средствами	19	9	4	5		10	4		4	6
Тема 10. Управление денежными средствами предприятия	19	9	4	5		10	4		4	6
Курсовая работа	Не предусмотрена									
Промежуточный контроль (экзамен/зачет/зачет с оценкой)	**Зачёт с оценкой**									
ИТОГО	**180**	**80**	**32**	**42**	6	100	**40**		**40**	**60**

Содержание дисциплины,
структурированное по темам (разделам)

с указанием форм учебных занятий и количества отведенных на выполнение академических часовОбщая трудоемкость дисциплины составляет_5 (ZET) 180 (академ.часа), из них, в т.ч. наконтактную работу обучающихся с преподавателем (аудиторные занятия) выделено 46 академ.часов, на самостоятельную работу студентов – 134 академ. часов, форма контроля – Зачет с оценкой

для очно-заочной формы обучения

Наименование тем/разделов	ВСЕГО по плану(ак.ч.)	Аудиторные занятия 46 академ. часов				СРС 134 академ. часов				
		Всего (ак.ч.)	Лек.	Практ. / Сем.	КСР	**Всего** (ак.ч.)	Тест	Эссе	Контрольная работа	Самостоятельное изучение учебной литературы
Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления	16	3	1	2		13	5		5	3
Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа	16	3	1	2		13	5		5	3
Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений	17	4	1	2	1	13	5		5	3
Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений	17	4	1	2	1	13	5		5	3
Тема 5. Методы Экономического обоснования управленческих решений	18	5	2	2	1	13	5		5	3
Тема 6. Экономический анализ результатов производства	18	5	2	2	1	13	5		5	3
Тема 7. Анализ производства и реализации продукции	20	6	2	3	1	14	5		5	4
Тема 8. Управление затратами на производство	20	6	2	3	1	14	5		5	4
Тема 9. Управление оборотными средствами	19	5	2	3		14	5		5	4
Тема 10. Управление денежными средствами предприятия	19	5	2	3		14	5		5	4
Курсовая работа	Не предусмотрена									
Промежуточный контроль (экзамен/зачет/зачет с оценкой)	**Зачёт с оценкой**									
ИТОГО	**180**	**46**	**16**	**24**	6	134	**50**		**50**	**34**

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)
с указанием форм учебных занятий и количества отведенных на выполнение академических часовОбщая трудоемкость дисциплины составляет_5 (ZET) 180 (академ.часа), из них, в т.ч. наконтактную работу обучающихся с преподавателем (аудиторные занятия) выделено 18 академ.часов, на самостоятельную работу студентов – 158 академ. часов, форма контроля – Зачет с оценкой

для заочной формы обучения

Наименование тем/разделов	ВСЕГО по плану(ак.ч.)	Аудиторные занятия 18 академ. часов				СРС 158 академ. часов				
		Всего (ак.ч.)	Лек.	Практ. / Сем.	КСР	**Всего** (ак.ч.)	Тест	Эссе	Контрольная работа	Самостоятельное изучение учебной литературы
Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления	16	1		1		15	5		5	5
Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа	17	2	1	1		15	5		5	5
Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений	18	2	1	1		16	5		5	6
Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений	18	2	1	1		16	5		5	6
Тема 5. Методы Экономического обоснования управленческих решений	18	2	1	1		16	5		5	6
Тема 6. Экономический анализ результатов производства	17	1		1		16	5		5	6
Тема 7. Анализ производства и реализации продукции	18	2	1	1		16	5		5	6
Тема 8. Управление затратами на производство	17	1		1		16	5		5	6
Тема 9. Управление оборотными средствами	19	3	1	2		16	5		5	6
Тема 10. Управление денежными средствами предприятия	18	2		2		16	5		5	6
Курсовая работа	Не предусмотрена									
Промежуточный контроль (экзамен/зачет/зачет с оценкой)	**Зачёт с оценкой 4ч.**									
ИТОГО	**180**	**18**	**6**	**12**		158	**50**		**50**	**58**

4.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела
1.	Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления	Сущность и цель управленческого анализа. Управленческий анализ как функция управления. Принципы организации и особенности управленческого анализа. Направления и основные этапы управленческого анализа. Взаимодействие управленческого анализа и логистики. Управленческий анализ и контроллинг.
2.	Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа	Особенности организации управленческого анализа в субъектах хозяйствования разного типа. Экономические и технико-организационные особенности предприятий разных отраслей (видов экономической деятельности). Информационное обеспечение управленческого анализа.
3.	Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений	Классификация управленческих решений. Параметры и условия обеспечения качества и эффективности управленческих решений. Обеспечение сопоставимости альтернативных вариантов управленческих решений. Учет факторов риска и неопределенности при принятии решений
4.	Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений	Принципы и классификация методов прогнозирования. Методы экстраполяции. Параметрические методы. Экспертные методы. Сущность нормативного, экспериментального и индексного методов прогнозирования. Организация работ по прогнозированию.
5.	Тема 5. Методы экономического обоснования управленческих решений	Принцип экономического обоснования. Методика экономического обоснования управленческих решений по повышению качества компонентов системы менеджмента. Методика оценки эффективности интенсивных проектов
6.	Тема 6. Экономический анализ результатов производства	Задачи управления ресурсами производства. Анализ организационнотехнического уровня производства. Анализ основных производственных результатов деятельности предприятия.
7.	Тема 7. Анализ производства и реализации продукции	Цели управления производством и реализацией продукции. Задачи анализа. Общая оценка показателей производства и реализации продукции. Анализ ассортимента и структуры выпуска и реализации продукции. Анализ качества и конкурентоспособности продукции. Анализ равномерности и ритмичности производства и реализации продукции. Анализ безубыточности продаж. Факторы и резервы увеличения объемов производства и реализации продукции.
8.	Тема 8. Управление затратами на производство	Понятие и содержание управления затратами на производство. Система показателей и классификация затрат на производство. Задачи и информационная база анализа затрат на производство. Анализ затрат с целью оценки достигнутых результатов и управлению прибылью. Анализ затрат, необходимый для принятия решений при выборе альтернативных вариантов и управления прибылью. Анализ затрат с целью их контроля и регулирования.
9.	Тема 9. Управление	Анализ использования оборотных средств: анализ их

	оборотными средствами	использования; финансовые и производственные циклы предприятия; управление запасами и дебиторской задолженностью
10.	Тема 10. Управление денежными средствами предприятия	Основные показатели финансовой деятельности предприятия. Методы расчета потоков денежных средств по видам деятельности. Кассовый бюджет предприятия. Бюджетирование денежных потоков. Прогноз расходования и движения денежных средств. Дефицит денежных средств и меры по увеличению потока денежных средств

5. Лабораторный практикум

№ п/п	№ темы (раздела)	Наименование лабораторных работ	zet/ак.ч.
1.		не предусмотрен	

6. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ темы (раздела)	**Тематика практических занятий (семинаров)**	zet/ак.ч.
1.	Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления	Сущность и цель управленческого анализа. Управленческий анализ как функция управления. Принципы организации и особенности управленческого анализа. Направления и основные этапы управленческого анализа. Взаимодействие управленческого анализа и логистики. Управленческий анализ и контроллинг.	2
2.	Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа	Особенности организации управленческого анализа в субъектах хозяйствования разного типа. Экономические и технико-организационные особенности предприятий разныхотраслей (видов экономической деятельности). Информационное обеспечение управленческого анализа.	2
3.	Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений	По данным таблицы 3 рассчитайте показатели выполнения плана валового дохода. Определите влияние объема продажи и среднего уровня торговой наценки на выполнение плана валового дохода, по результатам анализа сделайте выводы и предложения. Таблица 3 - Данные по финансовым результатам предприятия Показатели | Отчетный год: план | факт | % вып. плана | Отклонение ( ) 1.Объем продажи, тыс. руб. | 16280 | 16930 | | 2.Валовой доход: | | | | а) в сумме, тыс. руб. | | 3190 | | б) уровень, % | 18,5 | | |	2
4.	Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений	**Задача** Дайте оценку расходов на продажу по статье «Расходы по таре» на основе данных таблицы 2. Таблица 2 - Данные по объему продаж и издержках обращения на предприятии Показатели | План | Факт | Отклонение, ( )	4

			Объем продажи, тыс.руб.	18580	21000		
			Расходы на продажу, тыс.руб.	181,3	198,4		
			Уровень расходов на продажу, %				
5.	Тема 5. Методы экономического обоснования управленческих решений	Содержание Определить товарооборачиваемость по оптовой базе, установить замедление (ускорение) товарооборачиваемости; рассчитать сумму высвобожденных (замороженных) средств, если известны следующие данные: оптовый товарооборот за квартал по плану — 6100 тыс. руб.; фактический — 6300 тыс. руб.; транзитный оборот в товарообороте базы по плану и фактически – 25%: средние запасы по плану – 920 тыс. руб.; фактические средние запасы — 928 тыс. руб.					4
6.	Тема 6. Экономический анализ результатов производства	**Задача** По данным таблицы 1 определить степень влияния на объем розничных продаж магазина: изменения численности работников и производительности их труда. Таблица 1 - Условные данные по торговому предприятию					4
			Показатели	План	Факт		
			Розничный товарооборот, тыс. руб.	14650	14840		
			Среднесписочная численность продавцов, чел.	125	127		
			Выработка одного работника, тыс. руб.				
7.	Тема 7. Анализ производства и реализации продукции	**Задача** Кулинарный цех изготавливает мясные полуфабрикаты. Стоимость сырья – 80 000 рублей. В первом цехе изготавливают фарш. Стоимость обработки – 20 000 рублей. За месяц изготовлено 500 кг. фарша, 200 из которых проданы, а остальные пущены в цех 2 в дальнейшую переработку. В цехе 2 делают специальный фарш для Пожарских котлет. Стоимость обработки – 15 000 рублей. За месяц выпущено 290 кг. фарша, из которых 150 проданы, а остальные пущены в дальнейшую переработку. В цехе 3 делают котлеты. Стоимость обработки – 25 000 рублей. За месяц выпущено 130 кг. котлет. Определить себестоимость 1 кг. каждого вида продукт **Задача** Имеются данные по организации. Необходимо разнести все суммы в соответствующие отчеты (таблица 2). Таблица 2. Исходные данные по деятельности организации					4
			Список статей бухгалтерских отчетов	Сумма, усл. ден.	Актив	Пассив	Доход	Расход

		ед.					
		Задолженность покупателям	107 376				
		Задолженность перед персоналом по оплате труда	109 954				
		Амортизация	968 043				
		Добавочный капитал	347 678				
		Денежные средства	89 453				
		Уставный капитал	86 498				
		Себестоимость реализованной продукции	1875 245				
		Начисленные налоги В том числе: налог на прибыль	170 000 20 000				
		Начисленные проценты по вкладам организации	10 000				
		Проценты за обслуживание банковского счета	20 080				
		Запасы	314 208				
		Земля и здания	515 047				
		Машины и оборудование	837 293				
		Офисное оборудование	284 494				
		Дебиторская задолженность	774 674				
		Расходы на проведение спортивных мероприятий	332 940				
		Нераспределенная прибыль	1077 167				
		Выручка	4009 278				
		Расходы на сбыт и администрацию	1274 027				
		Транспортные средства	33 441				
		Итого	13368 790				
		Прибыль					
		Чистая прибыль					

8.	Тема 8. Управление затратами на производство	**Задача** Организация выполняет заказы по циклевке полов. Фактором распределения косвенных затрат обычно выбирается машинное время работы оборудования. Оно составляет в среднем 50 000 машино-часов в месяц. На отчетный месяц плановая величина косвенных затрат составила 300000 рублей.18 числа отчетного месяца был закончен 1-й заказ, при выполнении которого было использовано 20 000 часов машинного времени, следовательно. 25 числа того же месяца был закончен 2-й заказ, при выполнении которого было использовано 10 000 часов машинного времени. 28 числа того же месяца был закончен 3-й заказ, при выполнении которого было использовано 25 000 часов машинного времени. В конце месяца были определены фактические косвенные затраты, которые составили 320 000 рублей. 1. Определить сумму косвенных затрат, включенных в себестоимость каждого заказа. 2. Отразить бухгалтерскими проводками отнесение косвенных затрат в себестоимость продукции. 3. Составить корректирующую проводку для описанного варианта и для случая, когда третий заказ остался незаконченным при тех же данных о его выполнении.	4

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>
Задача
Составляющие по переменным и постоянным затратам на контроль качества изделий не выделены. Но организация собирается использовать данную классификацию затрат в управленческом учете. Данные по затратам представлены в таблице 3. Необходимо аппроксимировать поведение затрат и выделить из общих затрат переменную и постоянную составляющие.
1) Задание следует выполнить с помощью минимаксного метода и метода наименьших квадратов.
2) Построить реальную зависимость и определить допустимость применения данной аппроксимации.
Таблица 3. Затраты организации и объем продаж
<table>
<tr><th>Месяц</th><th>Объем производства (тыс. штук)</th><th>Затраты на контроль качества (тыс. рублей)</th></tr>
<tr><td>Январь</td><td>20,0</td><td>8 750</td></tr>
<tr><td>Февраль</td><td>18,0</td><td>8 500</td></tr>
<tr><td>Март</td><td>20,0</td><td>8 700</td></tr>
<tr><td>Апрель</td><td>21,0</td><td>8 750</td></tr>
<tr><td>Май</td><td>22,0</td><td>8 800</td></tr>
<tr><td>Июнь</td><td>19,0</td><td>8 430</td></tr>
<tr><td>Июль</td><td>17,0</td><td>8 350</td></tr>
<tr><td>Август</td><td>17,5</td><td>8 350</td></tr>
<tr><td>Сентябрь</td><td>18,0</td><td>8 420</td></tr>
<tr><td>Октябрь</td><td>20,0</td><td>8 700</td></tr>
<tr><td>Ноябрь</td><td>22,0</td><td>8 800</td></tr>
<tr><td>Декабрь</td><td>23,0</td><td>8 860</td></tr>
<tr><td>Среднее значение</td><td>19,79</td><td>8 617,5</td></tr>
</table>
</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>9.</td>
<td>Тема 9. Управление оборотными средствами</td>
<td>
Задача
Сальдо начальное на счете основного производства по изделию А – 10000 руб., по изделию В – 5 000 руб., конечное: А – 8 000 руб., В – 9 000 руб. На изготовление изделия А за отчетный период отпущено материалов на 10 000 руб., на изделие В – 15 000 руб. Заработная плата рабочих, изготавливающих изделие А – 20 000 руб., В – 30 000 руб. Производственные накладные расходы 50 000 руб., административные – 150 000 руб. Производственные накладные расходы распределяются пропорционально оплате труда основных рабочих. Административные расходы списываются на счет реализации. Вся выпущенная продукция реализована: А – за 144 000 рублей, а В – за 180 000 рублей. Определить финансовый результат, производственную себестоимость продукции и валовую прибыль от продажи каждого продукта.
Продукция облагается НДС по ставке 20% (ставка в 20%
</td>
<td>2</td>
</tr>
</table>

		используется для простоты расчетов).	
10.	Тема 10. Управление денежными средствами предприятия	Основные показатели финансовой деятельности предприятия. Методы расчета потоков денежных средств по видам деятельности. Кассовый бюджет предприятия. Бюджетирование денежных потоков. Прогноз расходования и движения денежных средств. Дефицит денежных средств и меры по увеличению потока денежных средств	2

7. Перечень учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Спиридонов, С.П. Управленческий анализ в отраслях / С.П. Спиридонов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277982

2. Керимов, В.Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы : учебник / В.Э. Керимов. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 384 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 371 - ISBN 978-5-394- 02721-5 ; То же [Электронный ресурс]. -URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453009

Задания и темы, выносимые на самостоятельную работу	Форма СРС	Форма контроля
Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления	*подготовка к устному опросу*	устный опрос
Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа	*подготовка к устному опросу*	устный опрос
Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений	*выполнение типового расчета, решение задач*	контрольная работа
Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений	*выполнение типового расчета, решение задач*	устный опрос

8.Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1.	Тема 5. Методы экономического обоснования управленческих решений	ПК-1	Тест
2.	Тема 6. Экономический анализ результатов производства	ПК-1	Тест
3.	Тема 7. Анализ производства и реализации продукции	ПК-1	Тест
4.	Тема 8. Управление затратами на производство	ПК-1	тест
5.	Тема 9. Управление оборотными средствами	ПК-1	Контрольная работа
	Промежуточный контроль	Все вышеперечисленные	Зачет с оценкой

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. Спиридонов, С.П. Управленческий анализ в отраслях / С.П. Спиридонов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277982

2. Шадрина, Г.В. Управленческий анализ в отраслях производственной сферы : учебное пособие / Г.В. Шадрина. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 176 с. - ISBN 978-5-374-00386-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90765

Дополнительная литература:

1. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отраслях производственной сферы : учебноепособие / Е.И. Костюкова, В.С. Яковенко, С.А. Тунин и др. ; под ред. Е.И. Костюковой. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2016. - 314 с. : ил. - Библиогр.: с. 288-289. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485014

2. Игрунова, О.М. Современные подходы к анализу и развитию сферы услуг в регионах : пособие / О.М. Игрунова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 210 с. : ил., табл. - Библиогр.: 178-197. - ISBN 978-5-4475-5974-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429393

3. Экономический анализ: теория и практика : научно-практический и аналитический журнал / учред. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ» ; изд. ООО «Финанспресс» ; ред. сов. Г.Е. Брикач ; гл. ред. Н.П. Любушин - Москва : Финансы и кредит, 2016. - № 1(448). - 198 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISSN 2311-8725 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431536

4. Научное мнение : научный журнал / ред. В.В. Лаптева - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университетский консорциум, 2012. - № 3. - 106 с. - ISSN 2222-4378 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137916

5. Российское предпринимательство: всероссийский ежемесячный научно-практический журналпо экономике : научно-практический журнал / - Москва : Креативная экономика, 2011. - Вып. 1, № 6, Май. - 193 с. - ISSN 1994-6937 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138235

6. Фомичев, А.Н. Риск-менеджмент : учебник / А.Н. Фомичев. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 372 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02676-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453893

Программное обеспечение (в т.ч. лицензионное)

Операционная система Microsoft Windows 10

Пакет Microsoft Office 2013:

- Microsoft Word
- Microsoft PowerPoint
- Microsoft Excel

Архиватор 7 Zip (free)
Adobe Acrobar Reader DC (free)
Браузер Google Chrome (free)
Kaspersky Endpoint Security for Windows 10
Screencast-O-Matic (free screencasting tool)

11. Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Официальный ресурс Министерства образования и науки Российской Федерации. - https://минобрнауки.рф/
Федеральный портал «Российское образование» http: //www.edu.ru/
Электронная библиотека РГБ https://dvs.rsl.ru
Официальная Россия http://www.gov.ru/
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов http://fcior.edu.ru/
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки http://obrnadzor.gov.ru/ru/
Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» http://ecsocman.hse.ru
Официальный интернет портал правовой информации «Государственная система правовой информации» http://pravo.gov.ru
Портал Архивы России Федерального архивного агентства http://www.rusarchives.ru/
СПС Консультант-Плюс http://www.consultant.ru/
Информационно-правовой портал «Гарант» http://www.garant.ru/
Научная педагогическая электронная библиотека (НПЭБ) Многофункциональная информационно-поисковая система Российской академии образования http://elib.gnpbu.ru/
Федеральный центр образовательного законодательства http://www.lexed.ru/
Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://www.fgosvo.ru/
Российский научный фонд (РНФ) http://rscf.ru/ru
Кодексы и законы РФ http://kodeks.systecs.ru/
БД ИНИОН РАН http://inion.ru/resources/bazy dannykh-inion-ran/
КиберЛенинка http://cyberleninka.ru/
IEEE Xplore www.ieeexplore.ieee.org
Russian Science Citation Index (RSCI) https://clarivate.ru/products/web-of-science-rsci
База данных европейских компаний Amadeus от Bureau Van Dijk https://www.bvdinfo.com/ru-ru
Электронная библиотека Государственной публичной исторической библиотеки (ГПИБ) России http://elib.shpl.ru/ru/nodes/9347-elektronnaya-biblioteka-gpib
Библиотека учебной и научной литературы http://sbiblio.com/
Библиотека Конгресса США https://www.loc.gov/
Directory of Open Access Repositories - https://v2.sherpa.ac.uk/opendoar/
DOAJ (Directory of Open Access Journals) - https://doaj.org/
Научная электронная библиотека (НЭБ) «ELIBRARY.RU» http://elibrary.ru/defaultx.asp
ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru
Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) https://uisrussia.msu.ru
Единый архив экономических и социологических данных http://sophist.hse.ru/data_access.shtml
Корпоративный менеджмент : аналитические статьи, книги и курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий https://www.cfin.ru/

12. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления

образовательного процесса по дисциплине:

- Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащена мультимедийным и звукоусиливающим оборудованием
- Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, оснащена переносным мультимедийным комплектом (ноутбук, проектор, экран)
- Аудитория для самостоятельной работы студентов
- Читальный зал

13. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации по освоению дисциплины размещены на официальном сайте ИСГЗ isgz.ru и доступны по ссылке через раздел Сведения об образовательном учреждении (подпункт Образование, Документы, регламентирующие образовательный процесс):http://isgz.ru/sveden/education/#doc

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ

ТЕКУЩЕГО И ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управленческий анализ в отраслях

Код компетенции		Этап формирования компетенции		
	ПК	начальный	промежуточный	завершающий
	1		+	

1. Структура оценки показателей и критериев уровней сформированности компетенций по дисциплине. Шкала оценивания

компетенции	**Вид контроля**	**Форма компетентностно-ориентированного задания**	**Показатели и критерии оценивания**	**Максимальное количество баллов**
ПК-1	Текущий контроль (***60 баллов***)	Тесты	30 тестовых заданий, один верныйвариант в каждом задании	30 баллов
ПК-1		Решение задач	Правильность решения	30 баллов
ПК-1	Промежуточный контроль- (***40 баллов***)	Зачет с оценкой	вопросы и тест	40 баллов
ИТОГО по результатам освоения дисциплины (за один семестр)				***100 баллов***

Критерии оценки уровней сформированности компетенции ПК-1

Уровни сформированности компетенций		
Пороговый - 3 удовлетворительно	продвинутый – 4 хорошо	Высокий- 5 отлично
Баллы		
60-79	80-90	91-100

Наименование профессиональных компетенций	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способенпроводить экономический анализ, бюджетирование и управлять денежными потоками на предприятиях иорганизациях	ПК-1.1. Знает основы проведения экономического,назначение и порядок формирования бюджетов, содержание управления денежными потоками в экономических субъектах ПК-1.2. Умеет провести экономический анализ, формировать бюджеты, управлять денежными потоками ПК-1.3. Владеет основными навыками проведения экономического анализа, формирования бюджетов, управления денежными потоками в экономическихсубъектах

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ (60 баллов)

Контрольно-измерительные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и приобретенного опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины.

3.1 Тестовые задания

1. Какой из перечисленных пользователей получает информацию по результатам управленческого анализа:
а) поставщики;
б) кредитные учреждения;
в) менеджеры;
г) налоговые органы.
2. Какой из перечисленных методов управленческого анализа относится к экономическим:
а) интегральный;
б) балансовый.;
в) матричный;
г) графический.
3. Какой из перечисленных методов управленческого анализа относится к экономико-статистическим:
а) индексный;
б) кластеризация;
в) ситуационный;
г) ассоциативный.
4. Какая из перечисленных областей применения управленческого анализа
а) обработка первичной информации;
б) оценка показателей и параметров бизнес деятельности;
в) оценка неиспользованных возможностей;
г) изучение рыночного состояния бизнес среды.
5. Какие из перечисленных методов относятся к методам разработки управленческих решений на основе информации управленческого анализа?
а) стохастические.
б) проблемно-ориентированные.
в) детерминированные.
г) социально-психологические.
6. Какие из перечисленных моделей относятся к моделям принятия управленческих решений на основе управленческого анализа:
а) нормативно-организационные;
б) многоцелевые;
в) экономические;
г) оперативно-распределительные.
7. Что из перечисленного обеспечивает информационный ресурс в качестве информационной поддержки?
а) коммуникационные сети;
б) одновременность доставки информации в разные места по мере необходимости;
в) получение и посылка информации непосредственно с рабочего места;
г) эффективный контакт с потенциальными пользователями.
8. В чем заключается главное преимущество информационного инструментария управленческого анализа:
а) использование комплекса форм отчетности как источника информации;
б) способность быть полезным как внешним, так и внутренним пользователям;
в) перевод бизнес-деятельности в иное состояние, для которого значения показателей и параметров будут соответствоватьпоставленной цели;
г) обеспечивает информацией всю иерархическую последовательность управленческих действий.
9. Какой параметр из перечисленных обеспечивает качество информационного обеспечения управленческих решений?
a) Характер пользователей.
b) Скорость обработки информации.
c) Наличие компьютерной техники.
d) Форма информации.
10. Что из перечисленного относится к учетным источникам информации:
а) приказы;
б) бизнес-план;
в) первичные данные;
г) материалы собраний акционеров.
11. Информация о каких из названных первичных показателей имеется и в статистической и в бухгалтерской отчетности:
а) основные средства;
б) производственная мощность;
в) численность работников;
г) заемный капитал.
12. Какие из перечисленных видов издержек связаны с процессом управления:
а) коммерческие;
б) релевантные;
в) косвенные;
г) нормативные.
13. Какие из перечисленных видов издержек характеризуются признаком «способ учета»:
а) смешанные;
б) фактические;
в) накладные;
г) коммерческие.
14. Какое соотношение в структурных составляющих издержек является нормальным:
а) темпы снижения косвенных, постоянных расходов больше темпов снижения прямых постоянных расходов;
б) темпы снижения прямых постоянных расходов больше темпов снижения косвенных постоянных расходов;
в) темпы снижения прямых переменных затрат больше темпов снижения косвенных

переменных затрат;
г) темпы снижения переменных затрат больше темпов снижения постоянных расходов.
15. Какое из перечисленных направлений относится к причинно-следственному анализу издержек:
а) анализ прямых затрат;
б) анализ постоянных расходов;
в) анализ отклонений;
г) анализ издержек на рубль продукции.
16. Какое условие необходимо соблюдать при анализе издержек единицы продукции?
а) принцип сопоставимости;
б) принцип наглядности;
в) принцип единства измерителя;
г) принцип иерархии источников информации.
17. Какой из перечисленных методов относится к методам анализа отклонений затрат и расходов:
а) оперативный;
б) стратегический;
в) плановый;
г) фактический.
18. Какое из перечисленных понятий характеризует одну из сторон сущности категории «доход»:
а) капитал;
б) кредиты;
в) уменьшение;
г) экономический результат.
19. Какой из перечисленных видов дохода относится к вновь созданной стоимости:
а) маржинальный доход;
б) добавленная стоимость;
в) материальные затраты;
г) доходы персонала.
20. Какая из перечисленных процедур не относится к процедурам управленческого анализа доходов:
а) анализ доходов по экономическим видам;
б) анализ распределения совокупных доходов;
в) анализ формирования совокупных доходов;
г) анализ формирования прибыли.
21. Какой из перечисленных элементов доходов анализируется для целей управления:
а) совокупные доходы;
б) доходы управленческого персонала;
в) совокупные доходы персонала;
г) косвенные налоги.
22. Какое из перечисленных понятий не используется в маржинальном анализе:
а) коэффициент покрытия;
б) валовая маржа;
в) валовая прибыль;
г) сумма покрытия.
23. Сколько этапов выделяется в управленческом анализе безубыточности?
а) один;
б) два;
в) три;
г) четыре.
24. Какая из перечисленных процедур не относится к мониторингу развития бизнес-деятельности:
а) наблюдение;
б) анализ;
в) оценка;
г) нет правильного ответа.
25. Какие из перечисленных показателей относятся к показателям управленческого анализа?
а) коэффициент мотивации труда;
б) уровень профессиональной компетентности;
в) уровень социальной защищенности;
г) уровень социальной активности.
26. Какие из перечисленных элементов внутренней бизнес-среды, как правило, не анализируются в управленческом анализе:
а) производственный потенциал;
б) персонал;
в) финансы;
г) инфляция.
27. Какой критерий положен в основу матрицы «существенность — релевантность»:
а) полезность:
б) надежность;
в) оперативность;
г) важность.
28. Сколько этапов включает РКА-анализ:
а) три;
б) четыре;
в) пять;
г) шесть.
29. Субъектами управленческого анализа являются:
а) руководство предприятия;
б) государство;
в) государственные органы статистики;
г) исполнители управленческих решений.
30. При внедрении управленческого анализа предприятие должно руководствоваться следующими принципами:
а) комплексность;
б) уместность;
в) системность;
г) объективность.
31. Управленческий анализ ориентирован на:
а) экономическую эффективность и рентабельность деятельности предприятия на

тактическом и оперативном уровне;
б) внешнюю и внутреннюю среду предприятия с направленностью на стратегический уровень управления;
в) и то, и другое.
32. Какое из нижеприведенных утверждений является верным:
а) управленческий анализ базируется на данных управленческого учета;
б) управленческий анализ базируется на данных финансового учета;
в) управленческий анализ базируется на данных финансового и управленческого учета;
г) управленческий анализ никак не связан с учетом.
в) оценку хозяйственной ситуации.
33. Основными методами контроллинга являются:
а) АВС-анализ;
б) маржинальный анализ;
в) методы факторного анализа;
г) методы корреляционного анализа.
34. Контроллинг — это:
а) финансовый план действий на предстоящий период в стоимостном выражении, который позволяет скоординировать экономические интересы различных подразделений и согласовать различные цели;
б) профессионально-ориентированная малая вычислительная система, предназначенная для работ по экономическому анализу;
в) функционально обоснованное направление экономической работы на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической комментирующей функции в менеджменте для принятия тактических и стратегических управленческих решений
г) нет правильного ответа.
35. Какие основные этапы включает цикл принятия управленческих решений:
а) определение целей и задач;
б) поиск альтернативных вариантов действий;
в) сравнение полученных результатов с запланированными;
г) все вышеперечисленное.
36. Что является объектом управленческого анализа:
а) себестоимость продукции;
б) финансовые результаты;
в) прибыль;
г) рентабельность.
37. Задачей контроллинга является:
а) оценка внутренних и внешних факторов;
б) выявление резервов повышения эффективности производства;
в) координация управленческой деятельности по достижению целей предприятия;
г) определение политики ценообразования.
38. Под управляемой системой чаще всего понимают:
а) персонал предприятия;
б) денежные потоки;
в) материальные потоки;
г) производственный процесс.
39. Управленческий анализпредусматривает изучение:
а) экономической стороны производства;
б) технической стороны производства;
в) социальных условий;
г) взаимосвязи природных условий с производством.
40. Что может выступать в роли функциональной подсистемы управленческого анализа:
а) контроллинг;
б) логистика;
в) планирование;
г) аудит.
41. Какой из перечисленных этапов является завершающим в цикле принятия управленческий решений:
а) выбор оптимального решения;
б) сравнение полученных и планируемых результатов;
в) корректирующие действия;
г) нет правильного ответа.
42. Непосредственное влияние на организацию управленческого анализа играют:
а) организационно-правовая форма и масштабы деятельности предприятия;
б) структура субъекта управленческого анализа;
в) наличие и уровень развития системы управленческого учета;
г) все вышеперечисленное.
43. Какие из предприятий являются доминирующими на территории России:
а) промышленные предприятия, осуществляющие свою деятельность в сельском и лесном хозяйстве;
б) посреднические организации, банки;
в) промышленные предприятия, осуществляющие свою деятельность в добывающей и перерабатывающей промышленности
г) финансовые посредники.
44. В государственных и муниципальных предприятиях и организациях проведение управленческого анализа:
а) невозможно, так как все решения принимают вышестоящие органы власти;

б) возможно, но круг вопросов, которые подлежат анализу, определяют вышестоящие структуры;
в) ничем не ограничивается;
г) нет правильного ответа.

45. Для каких организаций построение системы управленческого анализа наиболее целесообразно:
а) унитарных предприятий;
б) потребительских кооперативов;
в) религиозных объединений;
г) коммерческих организаций.

46. По объективности отражения информация подразделяется на следующие виды:
а) достаточная, недостаточная и избыточная;
б) полезная и бесполезная;
в) первичная и производная;
г) достоверная и недостоверная.

47. Аналитичность информации заключается в:
а) сопоставимости;б) достаточности;
в) ритмичности;
г) соответствии ее требованиям экономического анализа.

48. Исследованием тенденций и закономерностей товарного обращения занимается:
а) логистика;
б) управленческий анализ;
в) торговая статистика;
г) контроллинг.

49. Под прямыми потоками, передающими управляющие команды, понимают:
а) планы, сметы;
б) отчеты;
в) информацию об исполнении смет;
г) учетные данные.

50. При изучении и прогнозировании покупательского спроса важную роль играет:
а) логистика;
б) ценообразование;
в) торговая статистика; г)управленческий учет.

51. К одному из основных вопросов торговой статистики относится:
а) анализ тенденций цен;
б) сбор и обработка информации для разработки обоснованной ценовой политики предприятия;
в) изучение и прогнозированиепокупательского спроса;
г) все вышеперечисленное.

52. Внедрение автоматизированных информационных технологий в процесс управленческого анализа позволит:
а) сократить сроки обработки аналитических данных;
б) повысить качество и достоверность обработанной информации;
в) снизить трудоемкость и стоимость аналитического процесса;
г) все вышеперечисленное.

53. Информационная база анализа технико-организационного уровня включает:
а) бухгалтерскую и статистическую отчетность;
б) планы и отчеты о наличии и использовании средств производства, внедрении новой техники и технологии, организации производства и труда;
в) внеучетные сведения;
г) все вышеперечисленное.

54. Коэффициент обновления рассчитывается как:
а) отношение стоимости основных средств, введенных за год, к стоимости основных средств, выбывших за год;
б) отношение стоимости основных седств, введенных в эксплуатацию в течение года, к сумме установленного оборудования на начало года;
в) отношение суммы поступивших в течение года основных средств к остатку основных средств на конец года;
г) все вышеперечисленное.

55. Уровень технического развития производства характеризуется показателями:
а) средний возраст оборудования;
б) степень обновления основных средств;
в) энерговооруженность, электровооруженность, фондовооруженность труда;
г) всем вышеперечисленным.

56. При анализе количественного состава выделяют:
а) наличное оборудование;
б) установленное оборудование;
в) неустановленное оборудование;
г) все вышеперечисленное.

57. Коэффициент экстенсивной нагрузки оборудования рассчитывается как отношение:
а) фактического времени использования оборудования за год к годовому фондурабочего времени;
б) фактического выпуска продукции, произведенного на данном оборудовании за отчетный период, к максимально возможному выпуску продукции;
в) числа единиц фактически работающего оборудования к числу единиц установленного

оборудования;
г) все вышеперечисленное.
58. Уровень технологии производства характеризуется:
а) коэффициентом оснащения производства;
б) показателями использования материалов в производстве;
в) процентом брака;
г) всем вышеперечисленным.
59. Техническую оснащенность производства определяет:
а) доля зданий и сооружений в составе основных средств;
а) удельный вес активной части основных производственных средств;
б) средний возраст оборудования;
в) коэффициент разделения труда;
г) коэффициент обновления основных производственных средств;
д) коэффициент прерывности.
60. По характеру производства затраты подразделяются на:
а) затраты основного производства изатраты вспомогательного производства;
б) текущие затраты и истекшие затраты;
в) затраты прошлого периода и затраты отчетного периода;
г) все вышеперечисленное.
61. Затраты подразделяются на прямые и косвенные по:
а) времени возникновения;
б) калькуляционным признакам;
в) способу отнесения на единицу продукции;
г) все вышеперечисленное.
62. Увеличение фактических затрат на один рубль произведенной продукции по сравнению с запланированным уровнем свидетельствует о:
а) повышении рентабельности продукции;
б) повышении затратоемкости производства;
в) снижении непроизводительных расходов
г) увеличение объемов производства.
63. Прямые материальные затраты являются:
а) постоянными;
б) переменными;
в) условно-постоянными
г) условно-переменными.
64. Метод прямого распределения затрат непроизводственных подразделений между производственными центрами ответственности используется в случае, когда непроизводственные подразделения:
а) не оказывают друг другу услуги;
б) оказывают друг другу услуги;
в) обмениваются встречными услугами;
г) во всех перечисленных случаях.
65. Расходы на упаковку готовой продукции для отгрузки ее потребителю являются:
а) производственными переменными затратами;
б) производственными постоянными затратами;
в) непроизводственными переменными затратами;
г) непроизводственными постоянными затратами.
66. В условиях материалоемкого производства в качестве базы распределения косвенных расходов между отдельными видами продукции целесообразно выбрать:
а) количество изготовленных изделий каждого вида;
б) стоимость материальных ресурсов, необходимых для изготовления каждого изделия;
в) стоимость прямых затрат, необходимых для изготовления каждого изделия;
г) количество станко-часов, отработанных оборудованием в связи с производством изделий каждого вида.
67. Расчет бюджетной ставки распределения косвенных расходов при по-заказном методе учета затрат и калькуляции:
а)содержится в отраслевых инструкциях;
б)содержится в отраслевых инструкциях и является неизменным в течение длительного периода;
в)выполняется бухгалтерией самостоятельно накануне наступления отчетного периода;
г) выполняется бухгалтерией самостоятельно по окончании отчетного периода.
68. В качестве базы распределения общехозяйственных расходов между видами продукции для производства на автоматизированной производственной линии целесообразно выбрать:
а)объем продаж;
б)сумму амортизации основных средств, используемых на технологической линии;
в)фактические затраты труда;
г)правильного ответа нет.
69. Если элементом учетной политики организации является списание об-щехозяйственных расходов со сч. 26 в конце отчетного периода в дебет сч. 90, это означает, что в бухгалтерском учете формируется информация о:
а) полной себестоимости;
б) производственной себестоимости;
в) переменной себестоимости;
г) себестоимости, рассчитанной по прямым

затратам.
70. Объекты учета затрат и калькулирования совпадают при использовании:
а) попроцессного метода учета затрат и калькулирования;
б) позаказного метода;
в) попередельного метода;
г) в двух первых случаях.
71. Расчет себестоимости единицы продукции может осуществляться методом простого одноступенчатого калькулирования:
а) производстве однородной продукции;
б) отсутствии запасов незавершенного производства;
в) отсутствии запасов готовой продукции;
г) при выполнении всех трех вышеперечисленных условий.
72. К прямым затратам относятся:
а) материальные затраты;
б) затраты на оплату труда администрации;
в) расходы на продажу;
г) затраты на освоение новых технологий.
73. При нормативном методе учета затрат все записи по счетам запасов ведутся:
а) по фактическим данным;
б) по нормативным данным, пересчитанным на фактические цены;
в) по нормативным данным;
г) по фактическим данным, пересчитанным на нормативное количество.
74. Планирование предполагает составление:
а) административных планов;
б) оперативных планов;
в) стратегических планов;
г) все ответы верны.
75. Функциями бюджетирования не являются:
а) координация деятельности различных подразделений;
б) планирование ежегодных хозяйственных операций;
в) оценка эффективности управления;
г) планирование финансового состояния.
76. Оперативный бюджет не включает:
а) бюджет трудовых затрат;
б) бюджет общепроизводственных расходов;
в) бюджет капитальных затрат;
г) бюджет коммерческих расходов.
77. Основу нормативного метода учета затрат составляет:
а) предварительный расчет норм расхода;
б) расчет норм расхода в процессепроизводства продукции;
в) исчисление сокращенной себестоимости;
г) изучение взаимосвязи между объемом производства, затратами и прибылью.
78. Отправной точкой в составлении общего (главного) бюджета является составление:
а) бюджета производства;
б) бюджета продаж;
в) бюджета общепроизводственных расходов;
г) прогнозного отчета о прибылях и убытках.
г) центр инвестиций.
79. Структурное подразделение организации, руководитель которого отвечает только за выручку от продажи продукции, работ, услуг, называется:
а) центр прибыли;
б) центр продаж;
в) центр затрат;
г) центр инвестиций.
80. Бюджет состоит из:
а) производственного и финансового бюджетов;
б) оперативного бюджета и бюджета капитальных затрат;
в) оперативного и финансового бюджета;
г) текущего и периодического бюджета.
81. С каким из выражений вы не согласны:
а) изменение продажной цены и переменных затрат на единицу продукции приводит к изменению маржинальной прибыли и точки равновесия;
б) когда объем продаж становится выше точки равновесия, продукция с более высоким уровнем маржинальной прибыли способна обеспечить большую прибыль, чем продукция с низким удельным уровнем маржинальной прибыли;
в) чем ниже точка равновесия продаж, тем выше риск ведения дела и опаснее инвестирование при прочих равных условиях;
г) для компании, имеющей многономенклатурное производство, структура продаж в целом представляется часто более важной, чем занятая ею доля рынка.
82. Метод «высшей и низшей точки» предназначен для:
а) минимизации затрат;
б) разделения условно-постоянных затрат на постоянные и переменные составляющие;
в) оптимизации производственных результатов;
г) все выше перечисленное верно.
83. Как повлияет рост постоянных расходов на критический объем продаж:
а) объем продаж увеличится;
б) объем продаж уменьшится;
в) объем продаж не изменится;
г) нет правильного ответа.

84. Для принятия решения о выборе одного из альтернативных вариантов необходима информация о:
а) релевантных издержках и доходах;
б) совокупных доходах и расходах по каждому варианту;
в) контролируемых и неконтролируемых затратах;
г) все ответы верны.
85. При принятии дополнительного заказа релевантными являются:
а) постоянные производственные затраты;
б) постоянные производственные затраты, все коммерческие и административные расходы;
в) переменные затраты
г) постоянные и переменные расходы.
86. Процесс принятия управленческих решений в условиях ограниченности ресурсов предполагает:
а) расчет рентабельности продаж;
б) определение маржинального дохода;
в) определение альтернативных издержек;
г) определение совокупных затрат.
87. Для наиболее объективной оценки деятельности сельскохозяйственного предприятия должна использоваться информация:
а) отчетного года;
б) отчетного и предыдущего года;
в) средние данные за предшествующие три — пять лет;
г) варианты «а» и «б»;
88. Энергообеспеченность сельскохозяйственного предприятия определяется как:
а) среднегодовая стоимость основных фондов / энергетическая мощность предприятия;
б) среднегодовая стоимость основных фондов / среднесписочная численность работников;
в) площадь сельскохозяйственных угодий / энергетическая мощность предприятия;
г) энергетическая мощность предприятия / площадь сельскохозяйственных угодий.
89. Если валовой сбор продукции растениеводства увеличился почти на 20 % при сокращении полезной площади сбора на 10% и росте урожайности на 33%, то сельскохозяйственное производство:
а) осуществляется за счет роста интенсификации;
б) осуществляется смешанным путем (как за счет количественных, так и за счет качественных факторов;
в) не развивается;
г) осуществляется исключительно за счет экстенсивных факторов.
90. Результаты работы подвижного состава транспортной организации оценивают с помощью:
а) технико-экономических показателей;
б) технико-эксплуатационных показателей;
в) показателей экстенсивной и интенсивной загрузки;
г) интегральных показателей работы транспортных средств.
91. Наибольшее влияние на развитие торговой деятельности и рост товарооборота оказывают факторы, связанные с:
а) обеспеченностью трудовыми ресурсами и эффективностью труда торговых работников;
б) обеспеченностью товарными ресурсами, правильностью их распределения и использования;
в) состоянием, развитием и эффективным использованием материальнотехнической базы;
г) качеством обслуживания покупателей.
92. Уровень издержек обращения торгового предприятия - это:
а) отношение суммы издержек к объему товарооборота, выраженное в процентах;
б) отношение объема товарооборота к сумме издержек, выраженное в процентах;
в) абсолютный показатель, характеризующий величину затрат предприятия торговли;
г) суммарная величина себестоимости покупных товаров и собственных затрат предприятия торговли

Пояснительная записка по методике оценивания тестовых заданий:

Показатели и критерии оценивания	Шкала оценивания
Каждое тестовое задание, решенное правильно	1 балл
Итого	30 баллов

3.2 Решение задач

Решение 10 задач, каждая максимально по 6 баллов.

Пояснительная записка по методике оценивания задачи:

Показатели и критерии оценивания	Шкала оценивания
Задача решена без ошибок	6
Задача решена с незначительными ошибками	3
Задача решена с грубыми ошибками методологического характера	0 баллов

Тема 1. Сущность управленческого анализа и его место в системе управления

Задача 1. Оцените на основании данных таблицы 1 исполнение сметы общехозяйственных расходов предприятия в отчетном году. Определите возможные причины перерасхода и экономии средств. Сделайте выводы. Таблица 1 - Данные о выполнении сметы общехозяйственных расходов в отчетном году, тыс. руб.

Статьи расходов	По смете	Фактически
Расходы на управление организацией	3476	3586
Общехозяйственные расходы	2068	2024
Сборы и отчисления	2508	2640
Непроизводственные расходы	-	462
ИТОГО	8052	8712

Тема 2. Основные факторы и условия организации управленческого анализа

Задача 2. Предприятие выпускает продукцию двух видов (А и Б) и имеет следующие показатели:

Таблица 2 - Исходные данные:

Показатели	А	Б	Всего
Объем реализации, шт.	50	100	
Цена за 1 шт., руб.	2200	4400	
Выручка от реализации, тыс. руб.			
Переменные расходы на 1 шт., руб.	1320	3190	
Переменные расходы на весь объем реализации, тыс. руб.			
Маржинальный доход, тыс. руб.			
Постоянные расходы, тыс. руб.			110 000
Чистая прибыль, тыс. руб.			

Условно допускается, что до критической точки - X единиц продукции А и 2X единиц продукции Б.

Администрацией предприятия принимается решение об изменении структуры реализованной продукции следующим образом: объем продаж продукции А увеличился до 80 шт., а продукции Б - сократился до 70 шт.

1. Определите маржинальный доход по каждому виду продукции от всего объема реализованной продукции. Определите влияние изменения структуры продукции на величину маржинального дохода.
2. Определите величину чистой прибыли до и после изменения структуры продаж.
3. Рассчитайте критические точки объема производства до и после изменения структуры продаж. Сделайте вывод о влиянии изменения структуры на маржинальный доход и объем производства.

Тема 3. Требования к качеству и эффективности управленческих решений

Задача 3. Максимальная производственная мощность предприятия — 10 000 ед. Но в начале года было получено заказов лишь на 6000 ед. по цене 150 руб. за единицу. Удельные переменные расходы составляют — 60 руб. Совокупные постоянные расходы — 600 тыс. руб. В течение года предприятию было предложено реализовать дополнительно 3000 ед. по цене 110 руб. за штуку. При этом предприятие должно дополнительно израсходовать на конструкторско-технологическую подготовку производства этой партии продукции 50 тыс. руб. Определите с использованием таблицы 3, выгодно ли предприятию принятие дополнительного заказа. Сделайте выводы.

Таблица 3 - Оценка вариантов управленческих решений

Показатели	ВАРИАНТ 1 (100% производственной мощности)	ВАРИАНТ 2 (60% производственной мощности)	ВАРИАНТ 3		
			60% производственной мощности	дополнительный заказ	итого
Объем производства, шт.					
Цена за единицу, руб.					
Выручка от продаж, тыс.руб.					
Переменные затраты на единицу, руб.					
Совокупные переменные затраты,тыс. руб.					
Совокупные постоянные затраты, тыс.руб.					
Совокупные затраты, тыс. руб.					
Прибыль (убыток), тыс.руб.					

Тема 4. Методы прогнозирования управленческих решений

Задача 4. Руководству предприятия необходимо обосновать целесообразность принятия дополнительного заказа на выпуск 1500 изделий Б. При этом производственная мощность используется полностью. На основании данных, представленных в таблице 4, определите, выгодно ли будет частично отказаться от производства продукции А, в пользу продукции Б?.

Таблица 4 - Исходные данные:

Показатели	Продукция А	Продукция Б
Цена изделия, руб.	1200	1500
Удельные переменные затраты, руб	800	900
Затраты труда, час	1,0	1,2
Показатели	Продукция А	Продукция Б
Цена изделия, руб.	1200	1500
Удельные переменные затраты, руб.	800	900
Затраты труда, час	1,0	1,2

1. На сколько единиц нужно сократить выпуск продукции А, чтобы можно было принять заказ на изделие Б?
2. Будет ли способствовать дополнительный заказ увеличению прибыли в данном периоде?
3. Какой должна быть нижняя граница цены изделия Б, чтобы фирма могла принять дополнительный заказ?

Тема 5. Методы экономического обоснования управленческих решений

Задача 5. Фирма стоит перед выбором варианта цены на новое изделие, которое конкурент продает по 500 руб. Чтобы завоевать рынок сбыта, нужно обеспечить или более высокое качество продукции, или продавать ее по более низким ценам. Постоянные расходы, связанные с производством и сбытом этого изделия, составляют 4800 тыс. руб., переменные — 160 руб. на единицу. Если улучшить качество изделия, то можно продавать его по цене 600 руб., но при этом совокупные постоянные и удельные переменные расходы увеличатся на 25%. Проанализируйте с использованием таблицы 5 варианты возможности установления цены в 400 и 600 руб.

Таблица 5 - Обоснование отпускной цены

Показатели	ВАРИАНТ 1 (цена - 400 руб.)	ВАРИАНТ 2 (цена - 600 руб.)
Цена реализации, руб.		
Удельные переменные затраты, руб.		
Постоянные затраты, тыс. руб.		
Удельный маржинальный доход, руб.		
Критический объем продаж, шт.		
Производственная мощность, шт.	25 000	25 000
Сумма прибыли, тыс. руб.		

Задача 6. Производственная мощность предприятия — 200 000 изделий в год. Удельные переменные затраты — 500 руб., постоянные расходы — 1500000 руб. в год. Планируется продавать 160 000 изделий по цене 800 руб. за единицу. В дополнение к обычной программе поступил заказ на производство 25 000 изделий по цене со скидкой 20%. Определите, принимать ли руководству предприятия положительное решение о привлечении дополнительного заказа?

Задача 7. Предприятие производит один вид продукции. Постоянные затраты в год составляют 300 000 руб. Затраты на одно изделие: материалы — 30 руб., заработная плата — 100 руб., косвенные производственные расходы — 20 руб. Производственная мощность предприятия составляет 2000 изделий. Цена реализации — 350 руб. Определите совокупные переменные затраты, совокупные затраты, выручку, прибыль, маржинальный доход совокупный и на единицу, критический объем продаж.

Задача 8. На основании данных таблицы 6 из трех видов выпускаемой продукции выявите наиболее выгодное для производства изделие. Оптимизируйте структуру производства и реализации продукции с целью получения максимальной прибыли. Учтите, что спрос на изделие А ограничен 900 ед., трудоемкость не может быть выше достигнутой в отчетном году; в связи с повышенным спросом на изделие Б цена на него может быть увеличена по сравнению с отчетным годом на 7%.

Таблица 6 - Исходные данные

Показатели	Вид продукции			Итого
	А	Б	В	
Количество, ед.	682	1650	704	
Цена, руб.	1500	400	690	
Удельные переменные затраты, руб.	1100	230	450	
Постоянные затраты всего, руб.				495 000
Трудоемкость единицы, час	50	25	75	

Тема 6. Экономический анализ результатов производства

Задача 9. Оцените по данным таблицы 7 степень выполнения плана по отдельным видам капитальных вложений и их структуре. Сделайте выводы. Таблица 7 - Выполнение плана капитальных вложений по видам

Показатели	По плану		Фактически		% выполнения плана
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	
Всего капитальных вложений	13 560		14 320		
в т. ч.:					
строительно - монтажные работы	7156		7218		
оборудование, инструмент, инвентарь	5820		6572		
прочие капитальные работы и затраты	584		530		

Задача 10. Предприятие выпускает четыре вида продукции: А, Б, В и Г. Исходные данные представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Исходные данные

Показатели	Вид продукции				Итого
	А	Б	В	Г	

Выпуск продукции, шт.	5500	1650	2530	770	
Цена, руб.	700	300	420	1500	
Удельные переменные расходы, руб.	590	210	315	1130	
Постоянные расходы, руб.					594 000
Удельный расход материалов, кг.	24	13	8	37	

Оптимизируйте структуру выпуска при условии сокращения потребления материалов на 15%. Сделайте выводы.

Задача 11. Оцените эффективность использования трудовых ресурсов в строительной организации. Определите влияние факторов на величину годовой выработки одного работника и объем выполненных работ. Сделайте выводы.

Таблица 9 - Исходные данные

Показатели	План	Факт.
Объем выполненных СМР по сметной стоимости, тыс. руб.	49 782	51 971
Число работников, занятых на СМР и в подсобных производствах, чел.	390	395
в том числе рабочих, чел.	342	395
Общее число отработанных человеко-часов работниками	705 744	690 460

Сделайте выводы

Тема 7. Анализ производства и реализации продукции

Задача 12. Оцените с использованием данных динамику производства продукциирастениеводства СПК «Красный пахарь» в натуральном и стоимостном выражении за пять лет.

Таблица 10 - Динамика производства продукции растениеводства

Год	Валовая продукция			Производство зерна		
	Тыс.руб.	темпы роста, %		ц	темпы роста, %	
		базисные	цепные		базисные	цепные
2013	30503,0			67452,0		
2014	33554,4			74197,2		
2015	32549,0			72173,2		
2016	34174,8			77572,0		
2017	35475,0			80520,0		

Задача 13. На основе данных оцените динамику производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции за 2012—2013 гг. и степень выполнения плана в 2013 г. Сделайте выводы.

Таблица 11 - Исходные данные, т

Вид продукции	2016 г.	2017 г.	
		план	факт.
Зерновые культуры	77572,0	78375,0	80520,0
Сено	8937,5	14850,0	21168,4
Силос	69250,5	34105,5	31473,2
Сенаж	30131,2	35820,4	31416,0
Зеленая масса силосных культур	97158,6	50424,0	45612,6

Тема 8. Управление затратами на производство

Задача 14. Проведите анализ обеспеченности животных кормами. Сделайте выводы.

Таблица 12 - Обеспеченность животных кормами

Вид кормов	Плановая потребность, ц к.ед.	Фактически заготовлено, ц к. ед.	Уровень обеспеченности, %
Ячмень (мука)	5560	4770	
Овес (мука)	2780	3440	
Комбикорм	4060	3595	
Силос	12 200	17 360	
Свекла кормовая	6645	7680	
Морковь кормовая	1160	1320	
Сенаж	10 285	5985	
Сено	10 000	7550	
Солома	5150	8380	
Картофель	—	6350	
ВСЕГО, ц кед.			
Перевариваемый протеин,	6710	5902	
Кальций, кг	44 760	41 664	
Фосфор, ц	28 775	26 384	
Каротин, ц	28 775	27 776	

Задача 15. На основе информации, представленной в таблице 14 составьте факторную модель и определите влияние как можно большего числа факторов на изменение валового сбора зерновых культур. Сделайте выводы

Таблица 13 - Исходные данные

Показатели	2016 г.	2017 г.
Размер посевной площади, га	26 400	27 500
Убранная площадь, га	26 400	27 280
Урожайность, ц с га	29,38	29,52
Валовой сбор, т		

Тема 9. Управление оборотными средствами

Задача 16. Проведите на основе исходных данных факторный анализ объема производства продукции животноводства. Сделайте выводы.

Таблица 14 - Исходные данные

Показатели	План	Факт.
Среднегодовое поголовье коров, голов	3080	3036
Среднегодовой надой молока от коровы, кг.	3300	3325
Выход продукции, ц		

Задача 17. Охарактеризуйте общие итоги выполнения заданий по объему перевозок,транспортной работе и числу отработанных авточасов.

Таблица 15 - Выполнение объема перевозок и грузооборота за год

Показатель	План	Факт.
Объем перевозок, тыс. т	495,00	577,72
Грузооборот, тыс. т км	11 123,20	11 020,13
Число отработанных авточасов	77 101	77 858

Тема 10. Управление денежными средствами предприятия

Задача 18. Проследите на основе исходных данных динамику издержек обращения торговой организации. Сделайте выводы.

Таблица. - Исходные данные

Показатели	2016 г.	2017 г.
Товарооборот, тыс. руб.	61 600	67 760
Сумма издержек обращения, тыс. руб.	7053	7711
Уровень издержек обращения, %		

Задача 19. Проанализируйте основные показатели деятельности туристической фирмы ЗАО «Круиз» за 2011—2013 гг.. Определите влияние на изменение финансового результата следующих факторов:

- объема реализации турпродукта;
- структуры реализации турпродукта;
- затрат на единицу стоимости реализованного турпродукта.

Результаты оформите в виде таблицы. Сделайте выводы.

Таблица . - Исходные данные

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Выручка от продажи турпродуктов, ден. ед.	4290	4851	4838
Полная себестоимость проданного турпродукта, ден.ед.	4334	4662	4598
Прибыль от продаж, ден.ед.			

Задача 22. На основании исходных данных, характеризующих деятельность фирмы-турагента, рассчитать влияние на изменение рентабельности продаж следующих факторов: товарооборота; валового дохода; издержек обращения. Сделайте выводы.

Таблица - Исходные данные, тыс. руб.

Показатели	2016 г.	2017 г.
Выручка (нетто) от реализации туристических путевок без НДС и акцизов	12 600	12 954
Себестоимость реализации турпродукта (покупная стоимость)	9 200	9 082
Валовый доход		
Коммерческие расходы	1 600	2 352
Прибыль (убыток) от реализации		

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ (40 баллов)

Контрольно-измерительные материалы, необходимые для объективной оценки усвоенных студентом теоретических знаний, практических навыков и сформированных компетенций по итогу изученной дисциплины (либо ее части в течение одного семестра).

Форма промежуточного контроля определяется учебным планом по данной дисциплине.

3.1. Зачет с оценкой

Зачет с оценкой состоит из двух вопросов, на которые нужно дать развернутый ответ, и тестовых заданий.

Пояснительная записка по методике оценивания Зачет с оценкойа:

Показатели и критерии оценивания	**Шкала оценивания**
Показывает хорошие знания изученного учебного материала, самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса	5
Полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса	5
Владеет основными терминами и понятиями изученного курса	5
Показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт	5
Тестовые задания решены верно: один вопрос – 1 балл	20
Итого	40

Перечень вопросов:

1. Понятие и сущность цены;
2. Функции цены;
3. Понятие ценообразования, принципы ценообразования;
4. Классификация цен в зависимости от территории действия, от порядка возмещения потребителем транспортных расходов, от воздействия государства при их определении и др.;
5. Особенности активного и пассивного ценообразования;
6. Взаимодействие цены и спроса;
7. Взаимодействие цены и предложения;
8. Эластичность спроса;
9. Факторы, влияющие на чувствительность покупателя к цене
10. Особенности ценообразования на рынке чистой и монополистической конкуренции;
11. Особенности ценообразования на рынке с олигополистической конкуренцией и на рынке чистой монополии;
12. Понятие и аспекты ценовой политики фирмы;
13. Политика ценообразования в зависимости от жизненного цикла товара;
14. Стратегия высоких цен и условия их применения;
15. Стратегия низких цен и условия их применения;
16. Стратегия средних и льготных цен и условия их применения;
17. Стратегия скидок с цены;
18. Методика установления рыночных цен на товары;
19. Затратные методы ценообразования;
20. Определение цены с ориентацией на полезность продукта;
21. Определение цены с ориентацией на спрос;
22. Определение цены с ориентацией на конкуренцию;
23. Особенности ценообразования на финансовых рынках;
24. Установление цены на рынке рекламных услуг
25. Сущность и формы осуществления дифференциации цен;
26. Региональная дифференциация цен;
27. Снижение и повышение цен: причины и условия;
28. Реакция субъектов рынка на изменение цен;
29. Этапы разработки ценовой стратегии предприятия;
30. Тендерное ценообразование

Тестовые задания:

1. Товар быть одновременно недоброкачественным и предметом первой необходимости

A) не может (так как для товара с отрицательной эластичностью не найдется нормального заменителя)

B) не может (так как приведенные два понятия являются взаимоисключающими)

C) может (так как тогда его эластичность по доходу будет отрицательной, перекрестёная эластичность – между нулем и единицей)

D) может (так называемый «эффект Блума – Ойкена»)

2. Сравнение совершенной и монополистической конкуренции позволяет утверждать, что монополистическая конкуренция

A) несравнима с рынком совершенной конкуренции по сколько-нибудь существенным параметрам

B) использует ресурсы менее эффективно, но и стимулирует спрос, так что ни одна, ни другая форма конкуренции не является предпочтительной

C) более предпочтительна ввиду дифференциации продукции

D) менее предпочтительна, поскольку производственные мощности используются неэффективно, а дифференциацияпродукции не играет никакой роли

3. Товар, например кофе, будет именоваться в теории ценообразования доброкачественным, если

A) его эластичность по доходу положительна

B) его качество проверено в специальных лабораториях

C) его ценовая эластичность положительна

D) он дает ни с чем не сравнимый аромат свежемолотого кофе

4. Взаимосвязь между индивидуальными кривыми спроса и рыночной кривой такова:

A) индивидуальные кривые спроса подчиняются общему закону, выраженному рыночной кривой спроса

B) индивидуальные кривые выражают закон спроса, а рыночная кривая - закон больших чисел

C) рыночная кривая спроса получается путем суммирования индивидуальных кривых

D) рыночная кривая спроса есть множество точек индивидуальных состояний равновесия, определяемых индивидуальными кривыми спроса

5. Регулируемые - это цены, которые

A) устанавливаются в зависимости от каких-либо макроэкономических показателей (уровня инфляции, темпов экономического роста и т.д.)

B) регулируются государством или самим предприятием

C) покупатель может согласовывать (урегулировать)

D) регулируются государственными органами

6. Цену как результат взаимодействия сил спроса и предложения исследует в теории ценообразования подход

A) затратный (школа трудовой теории стоимости)

B) субъективный маржиналистский

C) концепция выявления предпочтений П. Самуэльсона

D) объективный маржиналистский (А. Маршалл)

7. Если «перевести» эффект Гиффена на «язык» графика спроса, то данный эффект выразится следующим образом:

A) кривая спроса сместится вправо

B) кривая спроса сместится влево

C) произойдет движение вверх-вправо по кривой, но сама кривая не сместится

D) произойдет движение вверх-влево по кривой, но сама кривая не сместится

8. Про масло и маргарин можно сказать

A) только то, что это взаимозаменяемые товары

B) что это нормальные взаимозаменяемые товары

C) что это независимые взаимозаменяемые товары

D) что это взаимодополняющие товары с отрицательной перекрестной эластичностью

9. Объективный маржиналистский подход в теории ценообразования связан в первую очередь с именем

A) К. Маркса

B) В. Парето

C) А. Маршалла

D) П. Самуэльсона

10. В модели Курно в результате конкуренции суммарный объем выпуска олигополистов оказывается равным

A) 1/3 объема выпуска в случае совершенной конкуренции

B) 2/3 объема выпуска в случае совершенной конкуренции

C) объему выпуска в случае совершенной конкуренции

D) оптимальному объему выпуска монополии;

11. Показатель монопольной власти Лернера в случае рынка монополистической конкуренции

примет значение

A) любое от 0 до 1

B) 0

C) любого неотрицательного числа

D) 1

12. Для случая олигополии справедливо следующее высказывание:

A) на рынке имеется один или несколько крупных продавцов

B) у олигополиста (по сравнению с рынком совершенной конкуренции) практически отпадает надобность в совершенной информированности

C) барьеры для входа на рынок невысоки или вообще отсутствуют

D) товар, предлагаемый на рынок, почти всегда не имеет заменителей (субститутов)

13. Закон спроса выражает зависимость между объемом спроса и уровнем потребительских доходов следующим образом:

A) зависимость прямая, однако берутся не просто потребительские доходы, а их отношение к средним доходам других потребителей

B) связывает их прямой зависимостью

C) напрямую не выражает (относит уровень доходов к «прочим равным условиям»)

D) связывает их обратной зависимостью

14. Затратное направление теории ценообразования утверждает, что в основе цены товара лежит

A) полезность товара

B) овеществленный абстрактный(общественно необходимый) труд

C) предельная полезность товара

D) себестоимость товара (конкретный, индивидуализированный труд)

15. Повышенный спрос на дорогостоящие, престижные товары находит свое отражение в

A) ситуации, когда эластичность спросавелика по модулю и отрицательна

B) эффекте Веблена

C) концепции выявления предпочтений П. Самуэльсона

D) парадоксе Гиффена

16. Если в точке А прямая эластичность спроса равна 2,0, а в точке Б - 0,5, то об этих точках можно сказать следующее:

A) точки А и Б выражают кривизну двух различных кривых спроса

B) точки А и Б могут лежать на одной кривой спроса, причем точка Б будет на графике левее и выше, чем А

C) точки А и Б отсекают на кривой спроса отрезки с кривизной 2 и 0,5 соответственно

D) точки А и Б могут лежать на одной кривой спроса, причем точка А будет на графике левее и выше, чем Б

17. Понятие «базисная цена» употребляется вместе с понятием

A) скользящая

B) спроса

C) договорная (твердая)

D) фиксированная (твердая)

18. Товары быть одновременно нормальными и независимыми

A) не могут (так как приведенные два понятия являются взаимоисключающими)

B) могут (тогда их перекрестные эластичности близки к нулю, а прямые эластичности близки к единице)

C) не могут (хотя понятия и не противоречивы, такая ситуация на практике невозможна)

D) могут (тогда их перекрестные эластичности близки к нулю, эластичность по доходу положительна)

19. К категории взаимозаменяемых товаров можно отнести пару

A) спички и бензин

B) ботинки и шнурки

C) сигареты и папиросы

D) бензин и керосин

20. Понятию «дуговая эластичность» более всего соответствует следующее утверждение:

A) дает большую погрешность при сильной вогнутости кривой спроса

B) в случае линейного закона спроса теряет смысл

C) рассчитывается для бесконечно малого прироста цены

D) может быть использована только для линейного закона спроса

21. Для случая монополистической конкуренции справедливо следующее высказывание:

A) товар, предлагаемый продавцом на рынок, вообще не имеет заменителей (субститутов)

B) все продавцы предлагают на рынок однородную продукцию

C) отдельные фирмы («лидеры») могут устанавливать существенные барьеры на вход и выход с рынка

D) имеется большое количество продавцов и покупателей

22. Фиксированные (твердые) цены называются так потому, что они

A) зафиксированы на определенном уровне в соответствии с ценовой политикой предприятия

B) зафиксированы на определенном уровне

решением органов государственной власти
C) зафиксированы документально
D) могут применяться в течение твердо установленного промежутка времени

23. В модели ломаной кривой спроса на продукцию олигополиста излом этой кривой появляется
A) в восприятии олигополиста как поправка на возможные действия его соперников
B) в силу агрессивных действий покупателей
C) в качестве парадокса, противоречащего закону спроса
D) в восприятии олигополиста как результат недостаточной информации о кривой рыночного спроса

24. С ростом цен на данный товар (при прочих равных условиях) с кривой спроса произойдет следующее изменение:
A) произойдет движение вверх-влево по той же (неизменной) кривой
B) произойдет движение вниз-вправо по кривой, но сама кривая не сместится
C) кривая спроса сместится вправо
D) кривая спроса сместится влево

25. Классическая олигополия означает ситуацию, при которой
A) на рынке лишь один покупатель
B) количество продавцов (умозрительно) сведено до двух
C) олигополия при наличии специфических условий легко трансформируется в рынок монополистической конкуренции и обратно
D) все продавцы предлагают однородную продукцию

26. В состав свободной розничной цены входят (помимо прочего) из перечисленного: 1) себестоимость производителя, 2) НДС и акцизы, 3) снабженческо-оптовая надбавка, 4) торговая (розничная) надбавка – следующие элементы:
A) 1, 2, 4
B) 1, 2, 3, 4
C) 1, 4
D) 2, 3, 4

27. Стимулирующая функция цены оказывает воздействие на производителей в первую очередь при помощи
A) заключенного в цене уровня заработной платы
B) государственного регулирования цен
C) заключенного в цене уровня прибыли
D) сложной системы показателей, характеризующей интересы покупателей и продавцов в длительном временном интервале

28. Единовременная продажа крупных партий товара проводится обычно по ценам
A) розничным
B) спроса
C) предложения
D) оптовым

29. Тайный сговор олигополистов приповышении цен приводит к тому, что
A) рынок приобретает характер совершенной конкуренции (в пределе)
B) прибыли обоих растут, а общий объем выпуска падает
C) прибыли обоих растут и одновременно растет спрос
D) рынок приобретает характер монополистической конкуренции (в пределе)

30. Для взаимозаменяемых товаров повышение цены на один из товаров приведет к
A) повышению спроса на другой
B) понижению цены на другой
C) понижению спроса на другой
D) переориентации потребителя на этот товар

31. Метод сравнительной статики позволяет выделить следующие основные периоды установления равновесия
A) краткосрочный, долгосрочный
B) лишь один (рыночного равновесия), но повторенный неограниченное число раз
C) мгновенный, короткий, длительный
D) несколько (в зависимости от длительности производственного цикла)

32. Значение прямой (ценовой) эластичности, которое мог бы иметь простой столовый хлеб
A) -0,15
B) 3,4
C) 1,0
D) 0,15

33. В теории цен к предметам роскоши относятся товары, для которых
A) эластичность спроса по доходу больше или равна 1
B) ценовая (прямая) эластичность много больше 1
C) эластичность спроса по доходу строго больше 1
D) спрос вообще не зависит ни от цены, ни от доходов

34. Если имеем товары А и Б, для которых перекрестная эластичность еАБ = –0,7, эластичность по доходу равна для А плюс 0,5, для Б плюс 1,3 , то это могут быть
A) ржаной хлеб и хлеб из отрубей (диетический)
B) отборные сорта кофе и фарфор повышенного качества

C) бензин и авиационный керосин
D) средство для очистки зубного камня и средство для восстановления зубной эмали

35. Связь объема спроса с ценами на товары-заменители может быть непосредственно выражена при помощи
A) функции спроса
B) закона Гиффена
C) кривой спроса
D) закона спроса

36. С ростом доходов потребителей (при прочих равных условиях) с кривой спроса произойдет следующее изменение:
A) произойдет движение вверх-влево по той же (неизменной) кривой
B) произойдет движение вниз-вправо по кривой, но сама кривая не сместится
C) кривая спроса сместится влево
D) кривая спроса сместится вправо

37. Термин «равновесие по Маршаллу» означает, что
A) механизм рыночного равновесия приводится в действие за счет выравнивания превышения цен спроса над ценами предложения (и наоборот)
B) речь идет о стандартной схеме равновесия (т.е. о сведении воедино графиков спроса и предложения)
C) речь идет о нестандартных схемах, давших начало так называемым «неравновесным моделям» (disequilibrium models)
D) механизм рыночного равновесия приводится в действие за счет выравнивания излишков (дефицитов) в объемах спроса и предложения

38. НДС и акцизы не включаются в состав вида цен
A) оптовых
B) регулируемых
C) закупочных
D) розничных

39. В результате ценовой войны согласно модели Бертрана в классической олигополии цены опускаются до уровня цен, оптимального для
A) рынка совершенной конкуренции
B) фирмы среднего размера
C) монополиста
D) т №4олигополии с доминирующей фирмой

40. Трансфертные цены применяются
A) банками при кредитовании закупок товаров по импорту
B) крупными корпорациями при внутренних расчетах между филиалами
C) мелкими предприятиями при расчетах с зарубежными партнерами
D) государством при проведении взаимозачетов между отдельными регионами

41. Изменение объема предложения без смещения всей кривой предложения будет иметь место в случае
A) неожиданно резкого падения спроса на продукцию
B) неблагоприятных погодных условий (в сельском хозяйстве)
C) принятия решения об увеличении налоговых ставок на некоторую весьма малую величину (например, 0,5 %)
D) технологической революции в данной отрасли

42. Если государство устанавливает, что цена на товар не может понижаться, то этот предел будет называться ценой
A) предельной
B) отпускной
C) твердой
D) спроса

43. Если эластичность кривой спроса в точке А была равна 2, то в результате ситуации, описываемой парадоксом Гиффена, эластичность в точке А может оказаться равной
A) 1/2
B) 0
C) + □
D) –1,2

44. Состав розничной цены включает в себя все расходы данного предприятия розничной торговли и
A) себестоимость
B) акцизы
C) издержки обращения
D) торговую надбавку

45. Некоторые авторы предлагают выделять функцию цены по балансированию спроса и предложения. Такая функция будет наиболее близка к
A) перераспределительной
B) регулирующей
C) измерительной
D) стимулирующей

46. Предположим, у нас есть товар А – маринованные грибы, и товар Б – средство против отравления. Если известно, что перекрестная эластичность еАБ = 1 (условный пример), то перекрестная эластичность еБА будет равна (выберите наиболее точный ответ)
A) 0
B) любому числу в пределах (-∞ ; ∞)
C) 1
D) 0,5 (поскольку 1/(1+1)=0,5)

47. Товар, например телевизор, будет именоваться в экономической теории недоброкачественным, если

A) его эластичность по доходу отрицательна
B) он взрывается немедленно послевключения в розетку
C) его эластичность по доходу положительна
D) срок его службы заметно ниже, чем у аналогов

48. Субъективный маржиналистский подход в теории ценообразования рассматривает в качестве основы цены

A) полезность товара
B) предельную полезность товара
C) овеществленный абстрактный(общественно необходимый) труд
D) себестоимость товара (конкретный, индивидуализированный труд)

49. Олигополия с доминирующей фирмой чаще всего возникает из-за того, что олигополист-лидер

A) пользуется работающим на него эффектом масштаба
B) устраняет конкурентов, как только они появляются
C) выпускает однородную продукцию (т.е. невозможна ее дифференциация)
D) устанавливает непомерно высокие цены

50. Для скоропортящихся товаров в мгновенном периоде равновесная цена совпадает с

A) графиком предельных издержек
B) ценой спроса
C) уровнем средних издержек
D) ценой предложения

51. Понятию «точечная эластичность» болеевсего соответствует следующее утверждение:

A) рассчитывается для бесконечно малого прироста цены
B) может быть использована только для линейного закона спроса
C) дает большую погрешность при сильной вогнутости кривой спроса
D) в случае линейного закона спроса теряет смысл

52. В теории цен к товарам первойнеобходимости относятся товары, для которых

A) эластичность спроса по доходу находится в пределах (-1; 1)
B) перекрестные эластичности совпадают и равны 0
C) эластичность спроса по цене находится в пределах (0; 1)
D) эластичность спроса по доходу находится в пределах (0; 1)

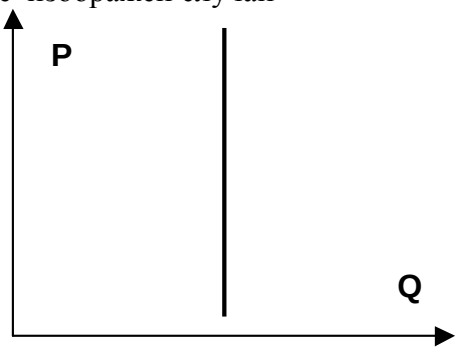
53. Утверждение, что график спроса линейного вида будет иметь на всех своих точках постоянную эластичность,

A) верно, кроме случаев абсолютно эластичного и абсолютно неэластичного спроса
B) верно, кроме случая единичной эластичности
C) верно во всех случаях, так как наклон графика спроса линейного вида постоянен
D) неверно

54. Про оптимальную цену монополиста можно сказать следующее:

A) она зависит от предельных издержек и ценовой эластичности рыночного спроса
B) любая цена, установленная монополистом, будет для него оптимальной (за счет изменения объема выпуска продукции)
C) она равна разности предельного дохода и средних издержек
D) она равна разности предельного дохода и предельных издержек в точке единичной эластичности спроса

55. На рисунке изображен случай



i)
B) спроса с единичной эластичностью
C) совершенно неэластичного спроса
D) совершенно эластичного спроса
E) к данной кривой понятие эластичности неприменимо

56. Дуополия – это

A) случай, когда на рынке имеется только один продавец и только один покупатель
B) случай, когда на рынке формируются две независимые цены на товар
C) разновидность монополии
D) частный случай олигополии

57. Не будет(ут) оказывать практически значимого воздействия на объем спроса

A) ожидания потребителей
B) объем предложения
C) социальный статус данного потребителя// эффект Веблена !
D) уровень цен

58. В отношении следующего из перечисленных примеров можно сказать, что в нем речь идет о краткосрочном периоде взаимодействия спроса и

предложения:

A) два радиолюбителя, вдоволь обеспечив себя деталями и с трудом наняв какой-то гараж, принялись собирать ЭВМ нового поколения

B) крупный завод решает расширить свое производство, построив дополнительные производственные цеха

C) ожидается, что в связи с разработкой новых месторождений в Индонезии цены на золото будут снижаться

D) фермер привез на продажу свежую капусту перед самыми заморозками

59. Для случая совершенной конкуренции справедливо следующее высказывание:

A) имеется большое количество продавцов, в то время как количество покупателей несущественно

B) отдельные фирмы («лидеры») могут устанавливать существенные барьеры на вход и выход с рынка

C) все продавцы предлагают на рынок однородную продукцию

D) товар, предлагаемый на рынок, почти всегда не имеет заменителей (субститутов)

60. Ценовая эластичность предложения всегда

A) равна ценовой эластичности спроса

B) находится в пределах от -1 до 1

C) равна ценовой эластичности спроса, взятой с обратным знаком

D) никак не связана с ценовой эластичностью спроса

61. Если цены на товар А повысились, и в результате этого повысился спрос на товар Б, то товары А и Б называют

A) взаимозаменяемыми

B) чувствительными к цене

C) доброкачественными

D) взаимодополняющими

62. Коэффициент перекрестной эластичности может принимать значения

A) [–1; 1]

B) [0; 1]

C) (–□;□)

D) [0; □)

63. : Ситуация, когда расчет предельного дохода производителя ведется на основе всей рыночной кривой, характерна для

A) совершенной конкуренции

B) дуополии Курно

C) несовершенной конкуренции

D) монополии

64. В отношении следующего из перечисленных примеров можно сказать, что это пример взаимодействия спроса и предложения в мгновенном периоде:

A) завод производит и продает кастрюли в одном из своих цехов

B) торговля свежей капустой перед самыми заморозками

C) хлебопекарня, едва сводящая концы с концами, продает свою продукцию

D) дилер торгует легковыми автомобилями хорошо известной марки

65. Измерительная функция цены называется так потому, что она позволяет измерить

A) цены товаров и заработную плату потребителей

B) количество товаров между собой

C) количество денег, уплачиваемое за товар конкурентами

D) количество денег, уплачиваемое за товар покупателем

66. Из перечисленных: 1) приросты объема спроса и цены, 2) объем спроса, 3) цена, 4) общий уровень цен - прямая (ценовая) эластичность спроса определяется переменными

A) 1, 2

B) 2, 3

C) 1, 2, 3

D) 1, 3, 4

67. В отношении спроса на престижные марки автомобилей можно с уверенностью сказать, что его

A) прямая (ценовая) эластичность будет меньше 1

B) перекрестная эластичность будет положительной

C) эластичность по доходу будет превышать 1

D) прямая (ценовая) эластичность будет больше 1

68. С понятием «эластичность спроса по доходу» связан(ы)

A) взаимозаменяемые товары

B) взаимодополняющие товары

C) эффект Веблена

D) недоброкачественные товары

69. Уравнение долгосрочного равновесия в условиях рынка совершенной конкуренции позволяет утверждать следующее:

A) цена равна общим издержкам (включающим нормальную прибыль)

B) долгосрочное равновесие не зависит от цены

C) в среднем цена равна общим издержкам, но наиболее удачливые предприниматели все же могут извлекать прибыль (а кто-то будет проигрывать)

D) цена равна издержкам, умноженным на коэффициент Герфиндаля-Хиршмана

70. Специфической чертой олигополии с доминирующей фирмой можно признать то, что

A) положение лидера и других, более мелких участников рынка будет неуклонно выравниваться

B) олигополист-лидер постоянно стремится захватить весь рынок

C) в результате взаимодействия участников рынка устанавливается достаточно низкая цена

D) такой вид олигополии крайне нестабилен и требует вмешательства государства

71. Цена, твердо зафиксированная в контракте, называется

A) фиксированной (твердой)

B) предельной

C) предложения

D) договорной (твердой)

72. При рассмотрении индивидуального товаропроизводителя в условиях рынка совершенной конкуренции справедливо следующее утверждение:

A) кривая спроса совершенно эластична, в то время как эластичность предложения может быть любой (внутри области определения)

B) и кривая спроса, и кривая предложения (данного товаропроизводителя) обладают неэластичными участками, пересекаясь в точке рыночного равновесия

C) кривая предложения совершенно эластична, в то время как эластичность спроса может быть любой (внутри области определения)

D) рассматривая индивидуального производителя, нельзя говорить о кривой спроса (это можно делать, только перейдя к рассмотрению рынка в целом)

73. Сдвиг всей кривой предложения вправо произойдет при

A) изменении объема спроса

B) резком повышении налогов и сборов

C) технологическом прорыве

D) изменении цены спроса

74. Если при цене 10 руб. объем спроса на товар составит 20 ед., а при цене 50 руб. этот товар уже никто не хочет покупать, то, упрощая график спроса до линейного, его можно выразить уравнением

A) $p(q) = 50 + 2q$

B) $p(q) = 50 - 2q$

C) $q(p) = 50 + 2p$

D) $q(p) = 50 - 2p$

75. Период, в котором компания способна управлять как количеством трудовых ресурсов, так и объемом капитальных ресурсов, занятых в производстве, – это

A) долгосрочный период

B) краткосрочный период

C) специфический признак фирмы, максимизирующей прибыль

D) мгновенный период

76. Когда говорят о законе спроса, речь идет о (об)

A) фундаментальном соотношении индивидуальных предпочтений

B) графике, отображающем зависимость объема спроса от цены

C) обратной зависимости между объемом спроса и ценой

D) стремлении потенциального спроса к потребительному спросу

77. Классификация рыночных структур проводится по

A) величине эластичности рыночного спроса

B) способности покупателей выбирать того или иного продавца без опасности упустить покупательскую выгоду

C) способности отдельного продавца (покупателя) влиять на рыночную цену

D) уровню информированности производителей относительно собственных издержек

78. Предельные - это цены

A) которые могут меняться в установленных пределах («коридоре» цен)

B) выше которых цена не может подниматься

C) предельной эффективности производства (так называемые «цены безубыточности»)

D) ниже которых цена товара не может опускаться

79. С понятием «перекрестная эластичность» связаны

A) недоброкачественные товары

B) предметы роскоши

C) взаимозаменяемые товары

D) нормальные товары

80. С ростом цен на товары-заместители (при прочих равных условиях) с кривой спроса на данный товар произойдет следующее изменение:

A) кривая спроса сместится влево

B) произойдет движение вверх-влево по той же (неизменной) кривой

C) кривая спроса сместится вправо

D) произойдет движение вниз-вправо по кривой, но сама кривая не сместится

81. Для взаимодополняющих товаров повышение цены на один из товаров приведет к

A) повышению спроса на другой

B) повышению цены на другой

C) понижению спроса на другой

D) переориентации потребителя на этот товар

82. Ситуация, когда при росте цен на достаточно дешевые товары (например, картофель) спрос на них вдруг резко начинает повышаться, описывается

A) парадоксом Гиффена
B) эффектом Веблена
C) законом совершенно неэластичного спроса
D) законом совершенно эластичного спроса

83. Перераспределительная функция цены характеризует процесс распределения доходов

A) покупателей, но не продавцов
B) субъектов рынка (и покупателей, и продавцов)
C) продавцов и расходов покупателей
D) продавцов, но не покупателей

84. Для эластичности спроса по доходу справедливо утверждение, что она

A) обратно пропорциональна процентному изменению цен товара
B) не учитывает изменения цен товара
C) прямо пропорциональна процентному изменению дохода и обратно пропорциональна процентному изменению объема спроса
D) прямо пропорциональна процентному изменению цен товара

85. Если коэффициент эластичности выражает процентное изменение объема спроса и цен, вводить в формулу множитель 100%

A) безусловно нужно (если не вводить, то результат окажется неверным)
B) совершенно недопустимо (если изменение объема спроса и цен выразить в процентах, результат окажется в 100 раз больше правильного)
C) методологически нежелательно (содержательная сторона вопроса требует избегать манипуляций процентами)
D) можно, но это ничего не изменит (100% будут в числителе и знаменателе и поэтому они взаимно сократятся)

86. Если оптовая база осуществляет поставки крупных партий товаров по закупочным ценам, то в состав этих цен будут входить (помимо прочего) из перечисленного: 1) себестоимость производителя, 2) прибыль производителя, 3) НДС и акцизы, 4) снабженческо-оптовая надбавка – следующие элементы:

A) 1,2,4
B) 1,3,4
C) 1,2,3,4
D) 1,2,3

87. При расчете коэффициентов перекрестной эластичности следует помнить, что

A) перекрестная эластичность товара А относительно Б всегда равна эластичности Б относительно А
B) эти коэффициенты дают сильные погрешности при больших изменениях цен на товары
C) для товаров внутри одной товарной группы, их коэффициенты следует приравнивать друг к другу
D) эти коэффициенты следует для удобства брать с обратным знаком

88. В классической экономической теории понятия «цена» и «стоимость» было принято соотносить следующим образом:

A) понятия цены и стоимости совершенно несовместны
B) цена равна стоимости плюс прибыль производителя
C) цена и стоимость всегда совпадают
D) цена есть денежное выражение стоимости

89. Стратегия льготного ценообразования наиболее характерна для стадии жизненного цикла товара

A) падения
B) вступления на рынок
C) зрелости
D) экспансии (роста)

90. Аргументом к использованию метода ценообразования «издержки плюс прибыль» является то, что

A) размеры максимальной торговой наценки зачастую устанавливаются государством
B) в отечественном бухгалтерском учете цена есть сумма издержек и прибыли
C) производитель обычно больше знает об издержках, чем о спросе
D) производители будут активно конкурировать друг с другом

91. При использовании метода предельных издержек (в рамках метода «издержки плюс прибыль»), первым промежуточным результатом расчетов будет экономический показатель

A) экономическая прибыль
B) предельный доход
C) бухгалтерская прибыль
D) средние издержки

92. рос: Вопрос 1При разработке ценовой стратегии, в рамках элемента «Определение потенциальных покупателей» специалистами компании не будут анализироваться следующие данные

A) престижность данного товара
B) бюджетные ограничения потребителей
C) возможности ценовой дифференциации
D) наличие сопоставимых товаров-аналогов

93. Концепция жизненного цикла товара утверждает, что

A) каждый товар находится на рынке ограниченное время вследствие его морального старения

B) каждый товар следует время от времени изымать с рынка, дабы подогревать интерес покупателей

C) каждый товар то уходит с рынка («фаза подъема»), то снова на него возвращается

D) товар продается лишь в течение срока существования («жизни») компании, впервые предложившей его рынку

94. Использование регрессионного анализа в ценообразовании предполагает изучение

A) сложной совокупности неоднородных факторов

B) динамики цены (движения цены во времени)

C) зависимости цены от цен аналогичных товаров у конкурентов

D) зависимости цены от набора технико-экономических факторов

95. Из следующего списка (гипотетических) предприятий-естественных монополистов (расположенных в г. Москве), под регулирование Управления ценовой и налоговой политики г. Москвы будет подпадать

A) бывший танковый оборонный завод, перешедший на выпуск (уникальных) велосипедов повышенной проходимости

B) головное отделение РАО ЕЭС

C) управление Октябрьской железной дороги

D) акционерная компания, выпускающая заряды для ядерных боеголовок

96. Если компания-олигополист устанавливает на свой товар-новинку максимально высокую цену, то это будет ценовая политика

A) максимизации прибыли

B) «наступление на рынок» (максимизации сбыта)

C) политика выживания (поскольку у фирмы не остается другого выбора)

D) премиального ценообразования («снятие сливок»)

97. Что можно сказать о точке, в которой функция краткосрочных предельных издержек индивидуального товаропроизводителя (в условиях совершенной конкуренции) становится равной цене товара

A) ничего существенного

B) точка, характеризующая функцию предложения фирмы (именно точка, поскольку график предложения в случае отдельного продавца теряет смысл)

C) это точка оптимального выпуска в краткосрочном периоде

D) это точка оптимального выпуска (и в коротком, и в долгосрочном периодах)

98. В концепции жизненного цикла товара, фазе экспансии предшествует

A) фаза вступления на рынок

B) фаза исчезновения с рынка

C) фаза зрелости

D) ничего не предшествует (фаза экспансии – самая первая)

99. Если фирма выбирает политику лидерства в качестве по некоторой продукции, то это отразится на рентабельности этой продукции следующим образом

A) обязательно повысится (издержки те же, а цены из-за качества вырастут)

B) может повыситься, а может и понизиться (издержки растут, цена тоже растет)

C) обязательно понизится (за качество чем-то надо платить)

D) когда речь идет о качественной стороне товара, показатель рентабельности теряет смысл

100. Если один из серии похожих товаров обладает меньшей ценовой эластичностью, чем все остальные, то это говорит

A) о том, что продавец применяет рыночные методы ценообразования

B) ни о чем не говорит (товары сравниваются по перекрестным эластичностям, а не ценовым)

C) о его рыночной силе (конкурентоспособности)

D) о его слабости (неконкурентоспособности)

101. Установление предельной нормы рентабельности как метод государственного регулирования цен имеет следующий существенный недостаток

A) этот метод практически не применяется на Западе

B) это заметно ослабляет конкуренцию

C) у продавцов нет стимула снижать издержки

D) он ведет к повышенным темпам инфляции

102. При использовании метода полных затрат (в рамках метода «издержки плюс прибыль») как промежуточный результат будет получен следующий экономический показатель

A) бухгалтерская прибыль

B) экономическая прибыль

C) средние издержки

D) предельный доход

103. В рамках концепции жизненного цикла товара, в стадии падения не следует использовать вид ценовой стратегии

A) ценового прорыва
B) нейтрального ценообразования
C) следование за лидером
D) целевых цен

104. В условиях рынка совершенной конкуренции норма прибыли может быть определена как
A) прибыль, получаемая предприятием в условиях краткосрочного равновесия
B) прибыль, получаемая предприятием в условиях долгосрочного равновесия
C) часть прибыли, которую конкуренты получают по молчаливому соглашению («норме»)
D) прибыль в мгновенном периоде

105. Стратегию низких цен следует применять, если
A) у предприятия не хватает мощностей для массового производства данного товара
B) предлагаемый на рынок товар уникален
C) предприятие решило расконсервировать значительную часть производственных мощностей
D) товар ориентирован в первую очередь на покупателей с высокими доходами

106. С точки зрения экономической теории, единственной разумной стратегией цен в условиях рынка совершенной конкуренции в долгосрочном периоде является стратегия
A) целевых цен
B) ценового прорыва
C) высоких цен
D) льготных цен

107. Если компания решила выйти на рынок с совершенно уникальным изделием, то ей следует воспользоваться стратегией
A) целевых цен
B) ценового прорыва
C) высоких цен
D) льготных цен

108. В зарубежной практике при определении величины тарифа на электроэнергию прибыль устанавливают исходя из
A) потребности в будущихкапиталовложениях
B) доходности вложений на рынке ценных бумаг
C) максимального уровня прибыли, установленного государственными органами
D) доходов от инвестиций в других отраслях

109. Элементом первого этапа разработки ценовой стратегии фирмы – сбора исходной информации – является
A) «Оценка влияния государственного регулирования»
B) «Уточнение ценовой политики компании»
C) «Анализ конкуренции»
D) «Финансовый анализ»

110. Общая стоимость поставки газа будет отличаться от базисной стоимости на величину
A) амортизации основных фондов
B) стоимости квалифицированных трудовых ресурсов
C) цены дополнительных услуг
D) стоимости материальных затрат

111. Прибыль, рассчитанная фирмой на основе бухгалтерской документации, представляет собой разность между выручкой от реализации и суммой
A) постоянных (частично) и переменных издержек
B) только переменных издержек
C) эта сумма не имеет никакого отношения к теории ценообразования
D) постоянных (частично), переменных издержек и нормальной прибыли

112. Устанавливая цену методомценообразования на основе ощущаемой ценности, мы ориентируем эту цену на
A) всех продавцов, реально заинтересованных в подобных товарах
B) всех покупателей, потенциально заинтересованных в подобных товарах
C) индивидуального покупателя
D) группу покупателей (сегмент рынка), которые воспринимают значимость данного товара так, как это заранее предполагалось в планах ценообразования

113. Вопрос дифференциации цен (ценовой дискриминации) решается в рамках следующего элемента процесса разработки ценовой стратегии компании
A) «Финансовый анализ»
B) «Оценка затрат»
C) «Сегментный анализ рынка»
D) «Определение потенциальныхпокупателей»

114. При формировании стратегии целевых цен удобнее всего воспользоваться следующим методом (или методами) ценообразования
A) эконометрическими методами
B) тендерным (метод «запечатанного конверта»)
C) ценообразованием на основе ощущаемой полезности товара
D) ценообразованием на основе анализа точки безубыточности

115. Использование в нашей стране затратных методов ценообразования приводит к тому, что тарифы на электроэнергию в периоды пиковых

нагрузок

A) резко возрастают

B) снижаются

C) становятся чувствительными к объемам капитальных вложений

D) оказываются совершенно нечувствительными к спросу

116. Если “А” - предприятие жилищно-коммунального хозяйства и “Б” - крупное предприятие в данном городе, то неверной следует считать ситуацию

A) “Б” самостоятельно обслуживает ОЖФ, находящиеся у него на балансе

B) “А” обслуживает ОЖФ, находящиеся на балансе “Б”, по договору с “Б”

C) «А» обслуживает объекты жилищного фонда (ОЖФ), находящиеся на балансе «Б», по решению «А»

D) “А” обслуживает ОЖФ, находящиеся на балансе “А” по совместному решению решению “А” и “Б”

117. Применительно к концепции жизненного цикла товара, ценовая политика будет разрабатываться

A) будет разрабатываться сразу для всех фаз цикла

B) для всего цикла будет разработана единая ценовая политика, а для каждой фазы - отдельная ценовая стратегия

C) не будет (ценовая политика логически не вполне совместима с концепцией жизненного цикла)

D) отдельно для каждой фазы жизненного цикла

118. Если мы говорим, что на каком-то предприятии ценообразование излишне ориентировано на издержки, то речь идет об ошибке в

A) ценовой политике

B) применении методов ценообразования

C) ценовой методологии

D) ценовой тактике

119. Если говорится, что государство установило предельный уровень цен на такой-то вид продукции, это означает, что

A) установлена максимально возможная цена на данный товар

B) установлен предел движения цены, но одновременно оговаривается количество продукции, которое может быть продано без учета этого предела

C) установлен либо минимальный, либо максимальный предел движения цен на данный товар

D) ограничена прибыль, которую продавцы могут извлекать при продаже данного товара (и через прибыль - цена)

120. Информация о выигрышах компании от продаж продукции с известными затратами и отправными вариантами цены используется в следующем элементе процесса разработки ценовой стратегии компании

A) «Определение потенциальныхпокупателей»

B) «Оценка затрат»

C) «Сегментный анализ рынка»

D) «Финансовый анализ»

121. Вопросами государственной политики цен занимаются

A) Федеральные органы исполнительной власти (в том числе Департамент цен Министерства экономики), соответствующие им образования на уровне субъектов федерации и органы местного самоуправления

B) Федеральные органы исполнительной власти (в том числе Департамент цен Министерства экономики), а также Центральный банк РФ

C) Федеральные органы исполнительной власти, в том числе Департамент цен Министерства экономики РФ, однако окончательное слово всегда остается за Государственной Думой РФ

D) Федеральные органы исполнительной власти, в том числе Департамент цен Министерства экономики РФ

122. В рамках концепции жизненного цикла товара, на стадии роста (экспансии) главными факторами, ограничивающими рост продаж, являются

A) конкуренты и спрос

B) спрос и издержки

C) конкуренты и издержки

D) конкуренты и дефицит финансовых ресурсов

123. В методах ценообразования с ориентацией на спрос производственные затраты рассматриваются как

A) стимулирующий фактор (цена должна стимулировать производителя уменьшать затраты)

B) ограничивающий фактор (устанавливать цену ниже затрат экономически невыгодно)

C) в этих методах затраты вообще игнорируются

D) определенная часть цены (например, 80 % от цены, если прибыль - 20 %)

124. К началу реформы жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) в РФ, в начале 90-х гг.,

предприятия ЖКХ приносили прибыль (убыток) следующего порядка

A) работали без убытка (покрывали 100 % затрат), но и прибыль не приносили
B) приносили убыток, покрывая лишь 50-60 % собственных затрат
C) приносили убыток, покрывая лишь 2-7 % собственных затрат
D) приносили 0,5-2 % прибыли (при среднем уровне в других отраслях 6-7%)

125. Конечному тарифу на грузовые и пассажирские перевозки соответствует термин

A) поставка против платежа
B) цена брутто
C) цена нетто
D) мультимодальный тариф

126. В российской практике при определении тарифа на электроэнергию прибыль устанавливают исходя из

A) потребности в будущихкапиталовложениях
B) доходов от инвестиций в других отраслях
C) доходности вложений на рынке ценных бумаг
D) максимального уровня прибыли, установленного государственными органами

127. Когда говорят, что низкие тарифы на пассажирские железнодорожные перевозки приводят к перекрестному субсидированию, имеют ввиду, что “выгодополучателем” являются пассажиры, а субсидии платятся за счет

A) потребителей услуг на грузовые перевозки
B) средств федерального бюджета
C) предприятий-грузоперевозчиков
D) специальных фондов в местных бюджетах

128. Балльный метод ценообразования и экспертный метод (оценка товара узкими специалистами) идентичны/отличаются по весьма важной причине

A) идентичны: эти два метода суть одно и то же
B) идентичны: и тот, и другой метод предполагает оценку товара при помощи балльной шкалы
C) отличаются: в балльном методе набор факторов, влияющих на цену, и их влияние на цену практически не изменяется (в отличие от экспертного метода)
D) отличаются, так как требуют специалистов разного профиля

129. В приведенных (гипотетических) ситуациях формой прямого вмешательства государства в процесс ценообразования является

A) снижение цен на авиационные двигатели за счет участия государства в научно-исследовательских разработках
B) согласование таможенных тарифов России и Румынии на поставки хлебобулочных изделий
C) проведение ярмарки «Хлеб и люди»
D) установление «потолка» цен на хлебобулочные изделия

130. Неприростные затраты возникают в случае

A) предприятие строит заводские цеха, и при этом специально оговаривается возможность расширения (в будущем) производственных площадей
B) расход материалов на производство продукции, причем этот расход в расчете на единицу продукции не зависит от объема производства
C) фермер покупает шесть соток земли (условный пример), поскольку по закону больше шести соток он приобрести не может
D) заработная плата за производство продукции, причем этот расход в расчете на единицу продукции напрямую зависит от объема производства

131. Максимизация прибыли достигается в случае равенства

A) предельных и средних издержек
B) средних издержек и среднего дохода
C) предельного дохода и средних издержек
D) предельных издержек и предельногодохода

132. В случае неучета информации об издержках оказывается недостижимой следующая цель ценовой политики фирмы

A) максимизация прибыли
B) следование за лидером
C) максимизация сбыта (захват наибольшей доли рынка)
D) лидерство в качестве

133. При разработке ценовой стратегии компании бюджетные ограничения покупателей в первую очередь анализируются в элементе

A) «Определение потенциальныхпокупателей»
B) «Сегментный анализ рынка»
C) «Оценка затрат»
D) «Уточнение финансовых целей фирмы»

134. Для максимального увеличения рынка сбыта следует (в рамках ценовой политики) предпринимать следующие действия

A) уговаривать покупателей
B) максимизировать краткосрочную прибыль (так что максимизируется и долгосрочный объем спроса)
C) устанавливать как можно более низкие

цены на продукцию
D) подписать тайное соглашение с конкурентами о разделе сфер влияния

135. Правительство г. Москвы в рамках программы «Экономно расходуйте питьевую воду» решает установить фиксированные цены на продукцию компании «Кока-кола». Финансирование этой программы будет производиться за счет
A) средств бюджета г. Москвы
B) экспроприации средств компании «Кока-кола»
C) средств федерального бюджета (ввиду особой социальной значимости программы)
D) добровольных пожертвований

136. При расчете тарифа на коммунальные услуги в жилищно-коммунальном хозяйстве не учитывается факт
A) газификации
B) канализирования
C) теплоснабжения
D) радиофикации

137. Доля рынка, удерживаемая фирмой, оказывается для нее наиболее важной при максимизации прибыли на следующей стадии жизненного цикла товара
A) вступления на рынок
B) падения
C) зрелости
D) экспансии (роста)

138. Если компания занимается продажей сложной аппаратуры, требующей постоянного технического обслуживания, причем рынок олигополистический, а товар - в стадии зрелости, то этой компании следует воспользоваться стратегией
A) целевых цен
B) «связанного» ценообразования
C) льготных цен
D) ценового прорыва

139. Затраты, уровень которых непосредственно определяется объемом выпуска, называются
A) совокупными
B) переменными
C) предельными
D) фиксированными

140. Если компания хочет установить цены таким образом, чтобы как можно быстрее рассчитаться по взятым в кредит средствам, то это будет учтено в следующем элементе процесса разработки ценовой стратегии
A) «Оценка затрат»
B) «Сегментный анализ рынка»
C) «Уточнение финансовых целей фирмы»
D) «Финансовый анализ»

141. Если компания, работающая в некоторой отрасли, разрабатывает ценовую стратегию, то введение государством предельных цен на продукцию компании будет учтено на следующем этапе процесса разработки стратегии
A) формирования стратегии
B) сбора исходной информации
C) анализа внешних воздействий
D) стратегического анализа

142. Если средние издержки умножить на объем выпуска, то получим
A) уровень предельных издержек
B) уровень совокупных издержек
C) объем выручки предприятия
D) сумму постоянных и предельных издержек

143. Выживание фирмы в рамках ценовой политики фирмы
A) является постановкой основного вопроса ценовой политики
B) является долгосрочной целью
C) является краткосрочной целью
D) не может являться целью

144. Если равновесная цена товара оценивается в 1000 руб., а компания устанавливает цену 995 руб., то она применяет стратегию
A) психологических цен
B) ценового прорыва
C) «связанного» ценообразования
D) льготных цен

145. В приведенных (гипотетических) ситуациях формой косвенного государственного регулирования цен является
A) с такого-то момента времени все продавцы должны декларировать цены на морковь в соответствующих органах ценообразования
B) в целях снижения цены 1 кг моркови на рынке на средства государства строится новая крыша (и стены), чтобы морковь не гнила
C) введена удвоенная ставка налога на имущество, взимаемая с продавцов моркови, которые продают ее по завышенным ценам
D) установлено, что цена на морковь не должна расти более чем на 2% в месяц

146. О ценовой политике «наступление на рынок» говорят, подразумевая, что ее цель
A) выживание фирмы
B) краткосрочная максимизация прибыли
C) максимальное увеличение сбыта
D) лидерство в качестве

147. При разработке ценовой стратегии компании определение потенциальных конкурентов происходит на этапе
A) сопоставления с ценовой политикой
B) формирования стратегии

C) стратегического анализа
D) сбора исходной информации

148. График средних постоянных затрат имеет вид
A) неизменный (прямая, параллельная оси абсцисс)
B) монотонно возрастающий
C) монотонно убывающий
D) U-образный (сначала убывает, затем возрастает)

149. При установлении тарифов на электроэнергию в подавляющем большинстве случаев применяются методы ценообразования
A) рыночные
B) специальные, закрепленные инструкциями Федеральной энергетической комиссии
C) затратные
D) эконометрические

150. Если товар ориентирован на покупателей с высокими доходами, то следует применять стратегию
A) высоких цен
B) ценового прорыва
C) нейтрального ценообразования
D) целевых цен

151. Если выясняется, что продавец сознательно не выполняет нормы, установленные государством в ценообразовании, то суммы финансовых санкций и штрафов взыскивают
A) органы контроля цен
B) судебный исполнитель
C) органы внутренних дел
D) налоговые органы по решению органов контроля цен

152. Если целью ценовой политики компании является ее выживание, то ей следует воспользоваться стратегией
A) ценового прорыва
B) нейтрального ценообразования
C) «следование за лидером»
D) высоких цен

153. Рынку совершенной конкуренции наиболее соответствует метод ценообразования
A) ценообразование на основе анализа точки безубыточности
B) на основе ощущаемой полезности
C) метод тендерного ценообразования
D) «издержки плюс прибыль»

154. Такие преобразования как появление в системе жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) служб заказчика, возникновение различных форм собственности на жилье, в области тарифной политики должны привести к тому, что
A) 1тарифы будут дифференцированы для каждого предприятия ЖКХ
B) тарифы будут определяться под действием конкурентной среды
C) тарифы будут регулироваться государственными органами
D) в структуре тарифа возрастает роль капиталоемкой составляющей

155. Если мелкие банки США устанавливают процентную ставку по кредитам на уровне ставки Федеральной резервной системы + 0,5 %, то можно говорить, что они применяют стратегию
A) целевых цен
B) льготных цен
C) высоких цен
D) следование за лидером

156. В нормальных условиях хозяйствования ценовая политика предприятия предполагает наличие
A) множества целей, одна из которыхнаиболее приоритетная
B) множества равноправных целей
C) одной цели
D) одной цели из двух: максимизацияприбыли или увеличение объемов продаж

157. Рынку монополистической конкуренции наиболее соответствует следующий метод ценообразования
A) на основе ощущаемой полезности
B) метод тендерного ценообразования
C) «издержки плюс прибыль»
D) ценообразование на основе анализа точки безубыточности

158. В рамках концепции жизненного цикла товара, наиболее высокие цены устанавливаются производителем товара в фазе
A) экспансии (роста)
B) вступления на рынок
C) падения
D) зрелости

159. Единственно верным можно считать утверждение
A) экономическая прибыль равна сумме бухгалтерской прибыли и нормальной прибыли
B) бухгалтерская прибыль равна сумме нормальной прибыли, постоянных и предельных издержек
C) бухгалтерская прибыль равна сумме нормальной прибыли и экономической прибыли
D) экономические затраты равны сумме постоянных, предельных издержек и нормальной прибыли

160. Для крупных закупок в условиях олигополии

наиболее логично использовать метод ценообразования

A) метод полных затрат
B) на основе ощущаемой полезности
C) «издержки плюс прибыль»
D) метод тендерного ценообразования

161. Если в ценовой стратегии олигополиста будет заложено решение начать ценовую войну, то основным элементом процесса разработки стратегии, обосновывающим это решение, будет

A) «Оценка затрат»
B) «Анализ конкуренции»
C) «Определение потенциальныхпокупателей»
D) «Сегментный анализ рынка»

162. Затраты, практически не зависящие своим уровнем от количества выпускаемой продукции, называются

A) переменными
B) совокупными
C) фиксированными
D) предельными

163. Метод ценообразования на основе ощущаемой ценности берет за основу

A) ожидаемую стоимость предстоящего производства товара
B) издержки продавца
C) общесоциальную значимость товара
D) восприятие покупателя

164. Если в результате роста цен на муку все пекарни повысили цены на хлеб, но одна не повысила, а вместо этого уменьшила вес выпекаемых буханок, то эта последняя компания применяет стратегию

A) ценового прорыва
B) неизменных цен
C) «связанного» ценообразования
D) психологических цен

165. Отличие в определении величины тарифа на электроэнергию между российской и зарубежной практикой заключается, прежде всего, в

A) методике определения величины прибыли субъекта рынка
B) несоответствии антимонопольного законодательства
C) подходе к вопросу учета затрат, относимых на себестоимость
D) отношении регулирующих органов к субъектам рынка

166. В состав индикаторов, на основании которых рассчитывается обоснованность тарифа предприятия жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), не следует включать

A) вопросы охраны окружающей среды
B) качество предоставляемых услуг
C) эффективность производства предприятия ЖКХ
D) структурную дифференциацию предприятий района

167. Метод текущей цены ("следование за лидером") наиболее характерен для рынка следующего типа

A) монополии
B) рынка совершенной конкуренции
C) рынка монополистической конкуренции
D) обычной олигополии (когда размеры всех олигополистов примерно одинаковы)

168. Производители, имеющие слишком высокие издержки производства, будут уходить с рынка на стадии жизненного цикла товара

A) экспансии (роста)
B) зрелости
C) вступления на рынок
D) падения

169. Специфической чертой ценообразования на рынке электроэнергии является то, что

A) ценообразование здесь осуществляется по методу «издержки плюс прибыль»
B) субъектами рынка являются акционерные общества (компании)
C) субъектами рынка являются естественные монополии
D) российский рынок во многом схож с рынком США

170. Если государство решает повысить налог на прибыль в некоторой отрасли, то компания, работающая в этой отрасли и разрабатывающая ценовую стратегию, учтет этот момент в следующем элементе процесса разработки стратегии

A) «Финансовый анализ»
B) «Оценка государственного регулирования»
C) «Определение потенциальныхпокупателей»
D) «Сегментный анализ рынка»

171. Ценовая политика в процессе разработки ценовой стратегии компании может изменяться

A) не может, поскольку разработка стратегии полностью опирается на уже разработанную ценовую политику
B) на этапе сбора исходной информации
C) на этапе формирования стратегии
D) на этапе стратегического анализа

172. При ценообразовании тендерным методом (методом «запечатанного конверта») окончательную цену устанавливает

A) продавец
B) конкуренты
C) государство
D) покупатель

173. При разработке ценовой политики для той или иной фазы жизненного цикла учитываются

A) прибыль, время нахождения товара на рынке, цены конкурентов
B) издержки, спрос (ожидаемый), время нахождения товара на рынке
C) издержки, прибыль, время нахождения предприятия на рынке
D) цены конкурентов, издержки, спрос (ожидаемый)

174. Крупная фирма-монополист будет поддерживать барьеры на входы в отрасль, применяя стратегию

A) низких цен (ценового прорыва)
B) связанного ценообразования
C) следование за лидером
D) высоких цен

175. Ценовую политику «снятие сливок» в рамках концепции жизненного цикла товара лучше всего применять в фазах

A) зрелости и падения
B) вступления на рынок и падения
C) экспансии и зрелости
D) вступления на рынок и экспансии

176. Ценовая политика «снятие сливок» может быть удачно применена при условии

A) неожиданности выхода на рынок
B) четкого разделения рынка на несколько обособленных сегментов
C) низкого уровня издержек производителя
D) что конкуренты не начнут на рынкеданного товара ценовую войну

177. Сложности проведения рациональной тарифной политики в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ) связаны преимущественно с

A) отсутствием специалистов-ценовиков
B) отсутствием концептуальных основ реформирования ЖКХ
C) нехваткой денежных средств
D) крайне низкими доходами населения

178. В уравнении оптимального объема

$$P = \frac{\Delta TC(q^*)}{\Delta q}$$

краткосрочного выпуска (в принятых в теории обозначениях) дополнительным условием оптимальности будет

A) то, что функция предложения выпукла вниз
B) дифференцируемость функции предложения
C) линейность характер функции предложения
D) фиксированный уровень цены

179. Для расчета уровня предельных издержек следует брать

A) совокупные или переменные издержки - результат будет одинаковым
B) средние издержки
C) предельный доход
D) минимальные издержки

180. Элементом второго этапа разработки ценовой стратегии компании (стратегического анализа) является

A) «Оценка затрат»
B) «Оценка влияния государственного регулирования»
C) «Уточнение ценовой политики компании»
D) «Уточнение финансовых целей фирмы»

181. Следующий элемент процесса разработки ценовой стратегии компании оказывается излишним на рынке однородной продукции

A) «Сегментный анализ рынка»
B) «Анализ конкуренции»
C) «Оценка затрат»
D) «Определение потенциальныхпокупателей»

182. Пассивному типу ценообразования соответствует ценовая стратегия

A) следование за лидером
B) связанного ценообразования
C) нейтрального ценообразования
D) высоких цен («снятие сливок»)

183. В состоянии долгосрочного равновесияточка оптимума данного производителя

A) совпадает с точкой оптимума других производителей
B) недостижима, поскольку прибыль постепенно сводится к нормальной
C) в принципе невозможна (противоречитсути долгосрочного равновесия)
D) совпадает с оптимумом в краткосрочном периоде

184. График средних переменных затрат имеет вид

A) “Колокол” (сначала возрастает, затем убывает)
B) монотонно возрастающий
C) монотонно убывающий
D) U-образный (сначала убывает, затем возрастает)

185. В рамках концепции жизненного цикла товара, наибольшие затраты на НИОКР идут у производителя товаров в фазе

A) экспансии (роста)
B) вступления на рынок
C) падения
D) зрелости

186. В ходе ценовой политики «снятие сливок» продавец

A) сначала установит высокую цену, а затем будет ее понижать
B) будет продавать по высокой цене и

прекратит продажи, когда рынок исчерпается

C) сначала установит низкую цену, а затем будет ее повышать

D) установит предельно низкие цены и будет активно информировать об этом покупателей

187. Частые утверждения о том, что ценовая политика теряет свое значение, связаны с тем, что

A) все более широкое распространение получают методы неценовой конкуренции

B) на рынках однородной продукции цена не имеет большого значения

C) на первый план выходит ценовая стратегия

D) все более широкое распространение получают методы ценовой конкуренции

188. В уравнении оптимального объема краткосрочного выпуска КАРТИНКА (в принятых в теории обозначениях) дополнительным условием оптимальности будет

A) фиксированный уровень цены

B) то, что функция предложения выпукла вниз

C) 3дифференцируемость функции предложения

D) линейность характер функцииипредложения

189. Тендерный метод ценообразования (метод «запечатанного конверта») наиболее характерен для следующего типа рынка

A) рынка совершенной конкуренции

B) олигополии с доминирующей фирмой

C) рынка монополистической конкуренции

D) обычной олигополии