

Тестовые задания по дисциплине «Экономика и маркетинг отраслевых рынков» для студентов

Ознакомиться с теоретическим материалом по темам курса с использованием конспектов и презентаций лекций, рекомендуемой учебной литературой. Проверить свои знания по дисциплине «Ценовая политика предприятий» с использованием тестового контроля

1. Что из нижеперечисленного не является характеристикой деформированного рынка:
 - а) несбалансированность спроса и предложения;
 - б) чрезмерное развитие теневой экономики;
 - в) наличие в экономике разнообразных форм собственности;
 - г) отсутствие у потребителя права выбора товара.

2. Ситуация на конкретном товарном рынке, определяемая соотношением спроса и предложения на определенный товар (услугу) и другими факторами:
 - а) конъюнктура;
 - б) структура;
 - в) инфраструктура;
 - г) интеграция.

3. Что относится к нестратегическим рыночным барьерам:
 - а) административные барьеры;
 - б) продуктовая дифференциация;
 - в) ценообразование
 - г) долгосрочные контракты с поставщиками и покупателями.

4. Какому типу рынка характерны: наличие большого числа субъектов, дифференцированность продукта, высокая степень заменяемости товара, ограниченный доступ:
 - а) совершенная конкуренция;
 - б) монополистическая конкуренция;
 - в) олигополия;
 - г) монополия.

5. Количественными показателями, характеризующими структуру товарного рынка не являются:
 - а) численность продавцов;
 - б) рыночная доля;
 - в) показатели рыночной концентрации;
 - г) интеграция в мировой рынок.

6. Дифференциация товара как стратегия блокирования входа на рынок предусматривает:

- а) выпускать как можно меньшее число товарных марок;
- б) выпускать как можно большее число товарных марок;
- в) ориентироваться на потребителей с наивысшей ценовой эластичностью спроса;
- г) назначать такую цену на товар, чтобы повышалась предельная полезность денежной единицы потребления.

7. Качественными показателями, характеризующими структуру товарного рынка, не являются:

- а) рыночные барьеры;
- б) открытость рынка для международной торговли;
- в) объем предлагаемого товара;
- г) отраслевые изменения по моде, качеству товаров

8. По типу рынка, на котором функционирует фирма, различают следующие виды слияний:

- а) конгломеративное и оспариваемое;
- б) отторжение и согласованное;
- в) вертикальное и согласованное слияние;
- г) горизонтальное, вертикальное и конгломеративное.

9. Различают интеграцию:

- а) прямую, вертикальную
- б) горизонтальную, вертикальную
- в) агропромышленную, агропродовольственную
- г) сложную, простую.

10. Формирование отраслевых структур базируется на принципах

- а) взаимной ответственности
- б) целостности и комплексности
- в) презумпции невиновности
- г) наличия предприятия-собственника

11. Изменение спроса и изменение объема спроса различаются тем, что:

- а) изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса;
- б) изменение спроса – это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса – это движение по кривой спроса;
- в) изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов;
- г) изменение спроса – это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса – это сдвиг кривой спроса.

12. Анализ структуры отраслевого рынка наиболее часто отождествляется с познавательной операцией, которая фиксирует:

- а) уровень концентрации покупателей однородной продукции
- б) уровень концентрации продавцов однородной продукции
- в) упорядоченность покупателей однородной продукции
- г) количество покупателей однородной продукции

13. Отрасль отождествляется с сознательно координируемым социальным образованием, которое направлено на создание и предложение:

- а) разнообразных товаров и услуг
- б) однородного товара
- в) совершенного товара
- г) одинаковых товаров и услуг

14. Основы справедливости вознаграждения отраслевых фирм в рамках отраслевого рынка могут определять:

- а) вознаграждение в соответствии со способностью получать прибыль
- б) вознаграждение не в соответствии со способностью получать прибыль, если это работает на благо всех производителей
- в) вознаграждение, отвечающее интересам отраслевых производителей
- г) вознаграждение, которое достаточно только для расширения возможностей отраслевого производства

15. По типу рынка, на котором функционирует фирма, различают следующие виды слияний:

- а. Конгломеративное и оспариваемое;
- б. Отторжение и согласованное;
- в. Вертикальное и согласованное слияние;
- г. Горизонтальное, вертикальное и конгломеративное.

16. Прямыми методами регулирования отраслевой политики является:

- а. Регулирование цен;
- б. Лицензирование отдельных видов деятельности;
- в. Система налогообложения;
- г. Кредитная политика.

17. К косвенным методам государственного регулирования рынков относятся:

- а. Составление государственных заказов и контрактов;
- б. Ограничения по выпуску определенных видов продуктов;
- в. Условия обмена валют;
- г. Финансирование государственных программ.

18. Сколько типов выделил создатель теории ценовой дискриминации Пигу:

- а. Три;
- б. Два;
- в. Четыре;
- г. Шесть.

19. Найдите определяющий признак модели совершенной конкуренции на рынке продукта:

- а. Непреодолимые барьеры на входе в отрасль;
- б. Уникальный продукт;
- в. Равные, малые доли субъектов рынка;
- г. Неравный доступ к информации.

20. Формирование отраслевых структур базируется на принципах

- а. Взаимной ответственности
- б. Целостности и комплексности
- в. Презумпции невиновности
- г. Наличия предприятия-собственника