

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Краснодонский факультет инженерии и менеджмента (филиал)  
Кафедра экономики и управления



УТВЕРЖДАЮ:

Директор

Панайотов К.К.

«14» марта 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной дисциплине  
Экономика отраслевых рынков

(наименование учебной дисциплины, практики)

**38.03.01 Экономика**

(код и наименование направления подготовки (специальности))

**«Экономика предприятий и организаций»**

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик (разработчики):

ст. преп.

 Билоус В.П.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры экономики и управления  
от «26» февраля 2025 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой  
экономики и управления

(подпись)

 Стрижиченко Н.А.

Краснодон 2025

**Комплект оценочных материалов по дисциплине**  
**«Экономика отраслевых рынков»**

**Задания закрытого типа.**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа:**

*Выберите один правильный ответ*

1. Какие товары считаются близкими по производственным характеристикам?

- А) Комплементарные
- Б) Субституты
- В) Независимые
- Г) Взаимозаменяемые

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Какой орган осуществляет контроль и регламентацию состояния рыночных отношений в стране?

- А) Министерство экономики и торговли
- Б) Центральный Банк
- В) Кабинет Министров
- Г) Государственная Дума

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Что такое естественная монополия?

А) Рыночная ситуация, при которой на рынке действует единственная фирма, обеспечивающая общество необходимой продукцией при полном отсутствии соперничества

Б) Ситуация на рынке характеризуется таким положением, при которой потребительский спрос может быть наилучшим образом удовлетворен только одной или небольшой группой фирм

В) Тип рынка, при котором большая часть рынка контролируется группой крупнейших фирм, осуществляющих производство необходимое всем субъектам производящих продукт

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. На основе чего потребители различают продукцию при вертикальной дифференциации?

- А) Качества
- Б) Уровня цены.
- В) Дизайна
- Г) Упаковки

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

### **Задания закрытого типа на установление соответствия**

*Установите правильное соответствие.*

*Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

1. Установите соответствие между типами рыночных структур и их характеристиками.

Тип рыночной структуры		Характеристика	
1)	Чистая конкуренция	A)	Множество мелких фирм, однородная продукция.
2)	Олигополия	Б)	Несколько крупных фирм, взаимозависимое поведение.
3)	Монополия	В)	Одна фирма, уникальный продукт.
4)	Монополистическая конкуренция	Г)	Много фирм, дифференцированный продукт.

Правильный ответ: 1А, 2Б, 3В, 4Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Установить соответствие между факторами, влияющими на развитие рынка, и их характеристикой.

Фактор влияния		Характеристика	
1)	Структура рынка	A)	Эффективность производства и размещения ресурсов; технический прогресс; полная занятость; справедливость.
2)	Поведение на рынке	Б)	Численность и распределение продавцов и покупателей дифференциация продукта (физическая или субъективная) различающая конкурирующие продукты; наличие или отсутствие барьеров для входа в отрасль новых фирм; структура затрат (конфигурации кривых затрат); уровень вертикальной интеграции (от производства сырья до розничной торговли); степень диверсификации производства

- 3) Результативность
- B) фирмы,  
Ценовая стратегия (политика и практика, открытые и тайные соглашения между фирмами);  
продуктовые и рекламные стратегии; затраты на исследования и инновации; инвестиции в производство; юридическая тактика (например, решение вопросов в обеспечении патентных прав).

Правильный ответ: 1Б, 2В, 3А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Установите соответствие между видами барьеров входа и их примерами.

- | Вид барьеров                | Пример                                       |
|-----------------------------|--|
| 1) Экономические барьеры    | A) Высокие затраты на рекламу.               |
| 2) Технологические барьеры  | B) Необходимость больших инвестиций в НИОКР. |
| 3) Административные барьеры | B) Культурные особенности и традиции.        |
| 4) Социальные барьеры       | Г) Лицензирование деятельности.              |

Правильный ответ: 1А, 2Б, 3Г, 4В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Установите соответствие между типами дифференциации продукта и их особенностями.

- | Тип дифференциации                | Особенности  |
|-----------------------------------|--|
| 1) Горизонтальная дифференциация  | A) Различия по местоположению.                       |
| 2) Вертикальная дифференциация    | Б) Сочетание различий по качеству и характеристикам. |
| 3) Территориальная дифференциация | В) Различия по характеристикам.                      |
| 4) Смешанная дифференциация       | Г) Различия по качеству.                             |

Правильный ответ: 1В, 2Г, 3А, 4Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

**Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

*Установите правильную последовательность.*

*Запишите правильную последовательность букв слева направо.*

1. Установите последовательность этапов входа фирмы на рынок:

- А) Получение необходимых лицензий
  - Б) Проведение маркетинговых исследований
  - В) Регистрация юридического лица
  - Г) Анализ барьеров входа
  - Д) Инвестиции в производство
- Правильный ответ: Г, Б, В, А, Д  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Расположите типы рыночных структур по убыванию количества фирм в отрасли:

- А) Монополия
  - Б) Олигополия
  - В) Монополистическая конкуренция
  - Г) Чистая конкуренция
- Правильный ответ: Г, В, Б, А  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Установите последовательность барьеров входа для компаний по значимости и эффективности (по Джо Бэйну):

- А) Реклама
  - Б) Управление ресурсами
  - В) Владение технологиями (ноу-хай)
  - Г) Лояльность покупателей
  - Д) Договоренность с партнерами
  - Е) Государственное регулирование экономики
- Правильный ответ: А, Б, В, Г, Д, Е  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Расположите этапы формирования монопольной власти по порядку:

- А) Создание барьеров входа
  - Б) Получение экономической прибыли
  - В) Контроль над ценами
  - Г) Установление рыночной власти
  - Д) Дискриминация потребителей
- Правильный ответ: А, Г, В, Б, Д  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

**Задания открытого типа.**

**Задания открытого типа на дополнение**

*Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

1. Процесс систематического сбора и анализа информации о конкурентах называется \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: конкурентная разведка  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Показатель, характеризующий долю рынка, занимаемую фирмой, называется \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: рыночная доля  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Ситуация, когда несколько крупных фирм контролируют рынок, называется \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: олигополия  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Разновидность конкуренции, при которой фирмы предлагают дифференциированную продукцию, называется \_\_\_\_\_.

Правильный ответ: монополистическая конкуренция  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

### **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

*Ответьте на вопрос.*

1. Назовите три основных типа рыночных структур, где существует множество продавцов.

Правильный ответ: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия  
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Укажите главный критерий, по которому различают типы конкуренции.

Правильный ответ: количество продавцов на рынке

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Перечислите два основных вида барьеров входа на рынок.

Правильный ответ: естественные и искусственные барьеры

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Укажите основной инструмент неценовой конкуренции.

Правильный ответ: дифференциация продукта

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

### **Задания открытого типа с развернутым ответом**

1. Решите задачу:

Компания “Альфа” производит товар Х и занимает 45 % рынка. Основные конкуренты занимают: “Бета” – 30 %, “Гамма” – 15 %, остальные мелкие производители – 10 %.

Задание:

Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Определите тип рыночной структуры.

Обоснуйте ответ, используя теоретические положения.

Время выполнения -15 мин.

Ожидаемый результат:

1.  $ННІ = 45^2 + 30^2 + 15^2 + 10^2 = 2025 + 900 + 225 + 100 = 3250$ .

2. Тип структуры: Олигополия.

3. Обоснование:

Высокая концентрация рынка (3 фирмы контролируют 90%).

Наличие явного лидера (компания “Альфа”).

Индекс ННІ > 2000, что указывает на высокую концентрацию.

Взаимозависимость поведения фирм.

Критерии оценивания: В ответе должна быть правильно применена формула расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана, а также произведены верные вычисления с учетом предоставленных данных, определен тип рыночной структуры и приведено обоснование

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Почему неэффективна подмена самостоятельных решений экономических агентов государственным регулированием?

Время выполнения - 15мин.

Ожидаемый результат: Подмена самостоятельных решений экономических агентов государственным регулированием неэффективна из-за:

- эволюция рынков благодаря использованию частной информации, которой располагают только фирмы;
- внешних шоков, воздействия которых на экономическую систему невозможно предугадать;
- невозможности в государственной политике учесть весь комплекс интересов экономических агентов.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее двух аргументов

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Определение показателя «Вертикальная интеграция».

Время выполнения - 15 мин.

Ожидаемый результат:

Вертикальная интеграция предполагает, что фирма, действующая на данном рынке, является также собственником либо ранних стадий производственного процесса (интеграция первого типа, интеграция

ресурсов), либо поздних стадий (интеграция второго типа, интеграция конечного продукта).

Вертикальная интеграция предоставляет фирме большую рыночную власть, чем та рыночная власть, которой обладала бы фирма, исходя только из объёма своих продаж на данном рынке.

Критерии оценивания: в ответе должно быть дано определение показателя вертикальной интеграции, типы её существования

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Что такое стратегические барьеры входа на отраслевой рынок?

Время выполнения - 15 мин.

Ожидаемый результат:

Стратегические барьеры создаются стратегией самой фирмы и представляют факторы субъективного характера, присущие политике фирмы на рынке. Такую деятельность можно отнести к активной конкурентоспособности организации, так как, возводя барьеры входа, фирма активно воздействует на внешнюю среду. Становится понятно, что стратегические барьеры легче строить крупным компаниям.

Большие объемы оборота и отлаженный производственный процесс позволяют создавать резервные мощности, которые могут быть использованы для ведения ценовой конкуренции и быстрой экспансии в незанятые сегменты рынка, а также использовать разнообразные соглашения и льготные режимы расчета с поставщиками и потребителями, оттесняя тем самым конкурентов.

К стратегическим барьерам также относятся увеличение издержек на рекламу и научно-исследовательские разработки, маркетинговые исследования, издержки по созданию имиджа фирмы.

Стратегические барьеры зависят от поведения фирм и фирмы могут самостоятельно их убирать.

Они создаются сознательно деятельностью самих фирм, препятствующих проникновению новых фирм в отрасль.

В качестве стратегических барьеров могут использоваться сберегающие инновации, долгосрочные контракты с поставщиками ресурсов, получение лицензий и патентов на данный вид деятельности, сохранение незагруженных мощностей, а также все способы повышения минимально эффективного объема выпуска для отрасли: увеличение издержек на рекламу и НИОКР, маркетинговые исследования, издержки по созданию имиджа фирмы.

Критерии оценивания: в ответе должно быть дано определение сущности существования стратегических барьеров входа на отраслевой рынок, приведены примеры стратегических барьеров

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

## **Экспертное заключение**

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Экономика отраслевых рынков» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.03.01 Экономика.

Председатель учебно-методической комиссии Краснодонского факультета инженерии и менеджмента (филиала)

Ольгу Родионова О.Ю.