

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 25.06.2023 18:41:06
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ и ФИНАНСОВ
(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))
Кафедра экономики
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.
Электронная подпись

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ
Корпоративная экономика**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.О.01 Микроэкономика (продвинутый уровень)
(код и наименование РПД)

38.04.01 Экономика
(код, наименование направления подготовки)

Очная/заочная
(формы обучения)

Год набора – 2023

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор–составитель: к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики Десятниченко Дмитрий Юрьевич

Заведующий кафедрой экономики, д.э.н., профессор Мисько Олег Николаевич

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

РПД Б1.О.01 Микроэкономика (продвинутый уровень) одобрена на заседании кафедры экономики. Протокол от (27 сентября 2022 года) № (2).

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
3.1. Структура дисциплины.....	6
3.2. Содержание дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	25
6. Методические материалы для освоения дисциплины.....	28
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".....	31
7.1. Основная литература.....	31
7.2. Дополнительная литература.....	31
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	32
7.4. Интернет-ресурсы.....	32
7.5. Иные источники.....	32
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	32

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина Б1.Б.01 «Микроэкономика (продвинутый уровень)» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК ОС-1	Способен применять знания микроэкономики (на продвинутом уровне) при решении практических и (или) исследовательских задач	ОПК ОС-1.1	Способен использовать знания микроэкономики (на продвинутом уровне) при решении исследовательских задач
		ОПК ОС-1.2	Способен использовать знания микроэкономики (на продвинутом уровне) при решении практических задач

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы

Код компонента компетенции	Результаты обучения
ОПК ОС-1.1	<i>на уровне знаний:</i> - законы функционирования рынка на микроэкономическом уровне; - теоретические положения, применимые к анализу современных микроэкономических процессов в РФ
	<i>на уровне умений:</i> - собирать, обобщать и анализировать необходимую экономическую информацию, в том числе о результатах новейших исследований отечественных и зарубежных экономистов по микроэкономическим проблемам
	<i>на уровне навыков:</i> - аргументировать собственную точку зрения по микроэкономическим проблемам; - поиск и обработка статистических данных, характеризующих микроэкономические процессы.
ОПК ОС-1.2	<i>на уровне знаний:</i> - законы функционирования рынка на микроэкономическом уровне; - теоретические положения, применимые к анализу современных микроэкономических процессов в РФ
	<i>на уровне умений:</i> - собирать, обобщать и анализировать необходимую экономическую информацию, в том числе о результатах новейших исследований отечественных и зарубежных экономистов по микроэкономическим проблемам

	<i>на уровне навыков:</i> - аргументировать собственную точку зрения по микроэкономическим проблемам; - поиск и обработка статистических данных, характеризующих микроэкономические процессы.
	<i>на уровне умений:</i> собирать, обобщать необходимые для анализа рисков возникновения проблемных ситуаций данные.
	<i>на уровне навыков:</i> использовать полученную аналитическую информацию в работе.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП

Учебная дисциплина Б1.О.01 «Микроэкономика (продвинутый уровень)» (1 курс очной формы обучения) относится к обязательным дисциплинам базовой части направления подготовки (уровень магистратуры) 38.04.01 «Экономика».

Изучение дисциплины на 1 курсе происходит одновременно с изучением таких дисциплин как «Эконометрика (продвинутый уровень)» (Б1.О.03), «Управленческий анализ» (Б1.В.04), что обеспечивает успешное освоение профессиональных компетенций. Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ (магистерских диссертаций), а также в дальнейшей практической деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Таблица 2

Вид работы	Трудоемкость очно/заочно (в акад. часах)
Общая трудоемкость	180/180
Контактная работа с преподавателем	66/12
Лекции	32/6
Практические занятия	32/6
Лабораторные занятия	-/-
Самостоятельная работа	78/157
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	устный опрос/контрольная работа/тестирование
Форма промежуточной аттестации	экзамен/экзамен

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем,	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
			Л/ДО Т	ЛР/ДО Т	ПЗ/ДО Т	КСР			
Тема 1	Теория потребителя	30	6	-	8		14	УО, Т, К, СР	
Тема 2	Выбор в условиях неопределенности	30	6	-	6		16	УО, К, СР	
Тема 3	Теория производителя	28	6	-	6		16	УО, Т, К, СР	
Тема 4	Общее равновесие	28	8	-	6		16	УО, Т, К, СР	
Тема 5	Экономика информации	28	6	-	6		16	УО, Т, СР	
Промежуточная аттестация		36							экзамен
Всего:		180	32	-	32	2*	78		

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем,	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
			Л/ДО Т	ЛР/ДО Т	ПЗ/ДО Т	КСР			
Тема 1	Теория потребителя	34	2	-	2		30	УО, Т, К, СР	
Тема 2	Выбор в условиях неопределенности	32	1	-	1		30	УО, К, СР	
Тема 3	Теория производителя	32	1	-	1		30	УО, Т, К, СР	
Тема 4	Общее равновесие	32	1	-	1		30	УО, Т, К, СР	
Тема 5	Экономика информации	39	1	-	1		37	УО, Т, СР	
Промежуточная аттестация		9							экзамен
Всего:		180	6	-	6	2*	157		

2* - не учитывается в общем объеме количества часов

УО – устный опрос, К – кейс-задание, СР – задания для самостоятельной работы Т – тестирование

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Теория потребителя.

Предпочтения и полезность. Отношение предпочтения, аксиомы потребительского выбора: полнота, транзитивность, непрерывность, локальная ненасыщаемость, монотонность, выпуклость, строгая выпуклость. Функция полезности. Задача потребителя, функция спроса по Маршаллу. Косвенная функция полезности, свойства косвенной функции полезности. Поиск наименьшего уровня расходов, необходимого для достижения уровня полезности u ; функция расходов; функция спроса по Хиксу; свойства функции расходов. Связь между косвенной функцией полезности и функцией расходов.

Двойственность между функциями спроса по Маршаллу и по Хиксу. Свойства потребительского спроса, эффекты дохода и замещения, уравнение Слуцкого. Соотношения между эластичностями, агрегирование потребительского спроса. Выявленные предпочтения, слабая аксиома выявленных предпочтений, сильная аксиома выявленных предпочтений.

Тема 2. Выбор в условиях неопределенности.

Лотереи, исходы, простые лотереи, сложные лотереи. Аксиомы потребительского выбора в условиях неопределенности. Полнота, транзитивность, непрерывность, монотонность, аксиома независимости. Функция полезности фон Неймана-Моргенштерна. Свойство ожидаемой полезности. Существование функции полезности фон Неймана-Моргенштерна. Единственность функций фон Неймана-Моргенштерна с точностью до положительных аффинных преобразований. Несклонность к риску, нейтральность к риску, склонность к риску. Гарантированный эквивалент лотереи. Премия за риск. Мера Эрроу-Пратта абсолютной несклонности к риску. Постоянная, убывающая, возрастающая степень абсолютной несклонности к риску. Изменение объема инвестиций в рисковый актив при изменении богатства инвестора. Выбор оптимального объема страхового покрытия.

Тема 3. Теория производителя.

Производство, множество производственных возможностей, производственный план, производственная функция, изокванта, эластичность замещения. Вогнутость однородных первой степени производственных функций. Отдача от масштаба. Минимизация издержек, функция издержек, условный спрос фирмы на факторы производства, свойства функции издержек, свойства функций условного спроса на факторы производства. Функция издержек в краткосрочном периоде. Кривая долгосрочных совокупных издержек и семейство кривых краткосрочных совокупных издержек. Максимизация прибыли, функция предложения продукции, функции спроса фирмы на факторы производства, функция прибыли, свойства функции прибыли, свойства функций предложения фирмы и спроса на факторы производства. Функция прибыли в краткосрочном периоде.

Тема 4. Общее равновесие.

Экономика обмена, допустимые распределения, Парето-эффективные распределения, блокирующие коалиции, равновесие в экономике обмена, ядро экономики обмена.

Равновесие в конкурентных рыночных системах. Существование равновесия, избыточный спрос, свойства функций совокупного избыточного спроса, вальрасовское равновесие. Распределения, равновесные по Вальрасу; множественность равновесий; ядро и равновесия в конкурентных экономиках.

Равновесие в экономике с производством, описание производственного сектора, описание потребителей, существование вальрасовского равновесия в экономике с производством.

Равновесие в экономике Робинзона Крузо. Равновесное по Вальрасу распределение в экономике с производством, Парето-эффективное распределение в экономике с производством. Первая теорема благосостояния для экономики с производством.

Тема 5. Экономика информации.

Неблагоприятный отбор, информация и эффективность рыночных исходов.

Рыночные сигналы, игра с сигналами на рынке страхования, свойство единственности пересечения; конкурентное равновесие в случае, когда страховая компания может идентифицировать типы страхователей по степени риска; объединяющие и разделяющие равновесия, свойства разделяющего равновесия, свойства объединяющего равновесия, интуитивный критерий Хо-Крепса.

Скрининг, модель скрининга на рынке страхования, объединяющие и разделяющие равновесия, отсутствие объединяющих равновесий, свойства разделяющего равновесия. Моральный риск и модель контрактных отношений. Симметричная информация. Асимметричная информация.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.01 «Микроэкономика (продвинутый уровень)» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тестирование, контроль самостоятельной работы, доклады, кейс-задания

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, разбор конкретных ситуаций.

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости* очно/ заочно
Тема 1. Теория потребителя	УО, Т, К, СР
Тема 2. Выбор в условиях неопределенности	УО, К, СР
Тема 3. Теория производителя	УО, Т, К, СР
Тема 4. Общее равновесие	УО, Т, К, СР
Тема 5. Экономика информации	УО, Т, СР

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.2.1. Типовые оценочные материалы по темам 1-5

1. Тестовые задания.
2. Задания для самостоятельной работы.
3. Примерные темы докладов.
4. Кейс-задания
5. Перечень вопросов для подготовки к экзамену.
6. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.

1. Тестовые задания по дисциплине «Микроэкономика (продвинутый уровень)» (примеры):

1. *Полезность некоторого блага для потребителя состоит в том, что это благо...*
 - а) полезно для его здоровья;
 - б) приносит ему определенное удовлетворение;
 - в) позволяет избежать потребления некачественных продуктов;
2. *Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать:*
 - а) разницу между общей и предельной полезностью;
 - б) общую полезность;

в) предельную полезность;

3. При каких условиях действует закон убывающей производительности фактора производства:

- 1) другие факторы производства остаются постоянными;
- 2) уровень технологии не изменяется;
- 3) все единицы переменного фактора являются однородными.

4. Каково условие равновесия потребителя?

- | | |
|--|--|
| а) $Q_x = Q_y$; | б) $TU_x = TU_y$; |
| $\frac{dy}{dx} = \frac{MU_y}{MU_x}$; | $\frac{dy}{dx} = \frac{P_x}{P_y} = \frac{MU_x}{MU_y}$. |
| в) $\frac{dy}{dx} = \frac{MU_x}{MU_y}$; | г) $\frac{dy}{dx} = \frac{P_y}{P_x} = \frac{MU_x}{MU_y}$. |

5. Наиболее важной в условиях совершенной конкуренции является следующая цель деятельности фирмы:

- а) расширение рынка сбыта;
- б) увеличение заработной платы работников;
- в) получение прибыли;
- г) максимизация продаж;
- д) улучшение качества продукции.

6. Процесс кругооборота капитала представляет собой:

- а) процесс производства и реализации товаров;
- б) возрастание стоимости в процессе производства;
- в) движение предпринимательского капитала по стадиям воспроизводственного процесса

7. Если конкурентная фирма достигает уровня производства, при котором предельный доход от применяемого ресурса равен его цене, значит фирма ...

- а) максимизирует издержки;
- б) получает максимальную прибыль;
- в) становится лидером на рынке;
- г) получает максимальную прибыль и минимизирует издержки.

8. В условиях совершенной конкуренции стоимость предельного продукта «а» от ресурса «х» это – ...

- а) $MR \times MP^a_x$;
- б) $P \times Q$;
- в) $P_a \times MP^a_x$;
- г) $TR : Q$.

9. Кривая предложения ресурса для совершенно конкурентной отрасли:

- а) вертикальна;
- б) горизонтальна;
- в) имеет отрицательный наклон;
- г) имеет положительный наклон.

10. Кривая спроса на производственный фактор в условиях несовершенной конкуренции менее эластична, чем при совершенной конкуренции потому, что ...

- а) $MRP > MP$;
- б) снижается предельный продукт переменного ресурса;
- в) снижается цена продукта;

г) снижается предельный продукт ресурса и падает цена продукта по мере увеличения выпуска.

11. Факторный доход – это ...

- а) выручка, полученная владельцем производственного ресурса при его продаже;
- б) часть прибыли, получаемая фирмой благодаря применению данного фактора производства;
- в) общая выручка, полученная фирмой благодаря применению данного фактора производства;
- г) денежная форма предельного продукта от фактора производства.

12. При прочих равных условиях величина факторного дохода зависит от:

- а) величины спроса на производственный ресурс;
- б) эластичности спроса на производственный ресурс;
- в) цены производственного ресурса;
- г) всё перечисленное верно.

13. Рост процентной ставки приведет к ...

- а) росту спроса на заёмные средства;
- б) снижению предложения заёмных средств;
- в) росту объема предложения заёмных средств;
- г) снижению объема спроса на заёмные средства.

14. В модели межвременного выбора потребитель выбирает ...

- а) между текущим и будущим потреблением;
- б) между текущим сбережением и будущим потреблением;
- в) между будущим сбережением и текущим потреблением;
- г) между потреблением различных экономических благ.

15. Критерий эффективности распределения по Парето ...

- а) предполагает экономически эффективное распределение;
- б) предполагает справедливое распределение;
- в) предполагает равномерное распределение;
- г) предполагает симметричное распределение.

16. В экономике производятся продукты X и Y. Эффективная структура выпуска продукции возникает в случае, когда ...

- а) $MRT_{X,Y} = MRS_{X,Y}$
- б) $MRS_{X,Y} = \frac{P_X}{P_Y}$
- в) $MRS_{X,Y} = \frac{MC_X}{MC_Y}$
- г) $MRS_{X,Y}$ для всех потребителей равны.

17. Препятствием к достижению Парето-эффективного общественного равновесия в производстве и обмене могут служить ...

- а) монополия;
- б) монополия;
- в) загрязнение окружающей среды;
- г) все ответы верны.

18. В «коробке Эджуорта» совокупность вариантов распределения благ, позволяющих улучшить положение хотя бы одного участника обмена, не ухудшая при этом положения другого участника, называется ...

- а) кривой возможных полезностей;
- б) «ядром»;
- в) квазиоптимумом;
- г) Парето-оптимумом.

19. Парето-оптимум в обмене достигается, когда ...

- а) потери одного из участников перевешиваются выигрышем других;
- б) перераспределение благ приводит к потере полезности обоих участников обмена;
- в) увеличение полезности для одного из участников обмена невозможно без снижения полезности для другого участника;
- г) оба участника могут выиграть от обмена.

20. Монополия препятствует достижению Парето-оптимального размещения ресурсов ...

- а) вследствие X-неэффективности;
- б) из-за ее влияния на цены ресурсов;
- в) вследствие искажения ценовой структуры;
- г) в силу технологических особенностей производства.

21. Из первой теоремы благосостояния вытекает вывод о том, что ...

- а) конкурентное рыночное равновесие обеспечивает достижение Парето-эффективного распределения;
- б) при Парето-эффективном распределении достигается максимальное благосостояние;
- в) конкурентный рыночный механизм неминуемо приводит к установлению рыночного равновесия;
- г) все ответы верны.

22. Из второй теоремы благосостояния вытекает, что ...

- а) рыночный механизм обеспечивает справедливое распределение;
- б) благосостояние растет по мере перехода к более эффективным технологиям;
- в) механизм рынка способен поддерживать эффективное распределение ресурсов;
- г) общее рыночное равновесие недостижимо.

23. Из двух проектов рисковый тот, у которого больше

- а) математическое ожидание;
- б) дисперсия;
- в) стандартное отклонение;
- г) верны ответы б) и в).

24. Диверсификация – это ...

- а) действия, направленные на снижение риска;
- б) процедура определения стоимости портфеля ценных бумаг;
- в) процедура расчетов между операторами фондового рынка;
- г) правильных ответов нет.

25. Моральный риск – это ...

- а) проявление асимметрии информации;
- б) поведение индивида, сознательно увеличивающего вероятность возможного ущерба в надежде, что убытки будут полностью покрыты страховой компанией;

- в) риск, связанный с действиями одной из сторон, участвующей в сделке;
 г) все ответы верны.

Контент банка тестовых заданий по дисциплине находится на кафедре экономики.

2. Задания для самостоятельной работы (темы 1-5)

1. Представьте себе, что Вы делаете выбор между товарами A и B . Пусть Ваш доход составляет 18 ден. ед., цена товара A равна 3 ден. ед., а товара B – 2 ден. ед. В таблице приведена предельная полезность благ A и B .

Q	MU_A	MU_B
1	30	22
2	21	12
3	15	6
4	9	4

1. Сколько единиц каждого товара Вам следует купить, чтобы максимизировать полезность?

2. Определите величину общей полезности, которую Вы получите.

2. Дана функция полезности потребителя: $U = 2x \times y$; величина его дохода $I = 15$ д.е. Известно, что в точке оптимума E : $Q_x = 2$ и $Q_y = 1$.

Найдите цену товара x и цену товара y .

3. Фирма работает по технологии, характеризующейся степенной производственной

функцией, при которой уравнение изокванты десяти единиц выпуска имеет вид: $K = \frac{100}{N^2}$, где K – количество капитала; N – количество труда.

Какова отдача от масштаба при данной технологии?

4. Бюджет фирмы равен 800 ден. ед. Она производит продукцию по технологии

$Q = \sqrt{N \times K}$ при ценах на факторы производства: $P_N = 4$; $P_K = 8$.

При каких объемах труда и капитала выпуск фирмы будет оптимальным?

5. Цена продукции конкурентной фирмы равна 8 рублей. Общие издержки фирмы: $TC = 15 + Q^2$.

Найдите равновесный выпуск и максимальную прибыль.

При каком выпуске фирма несет убытки?

6. В первой таблице приведены данные о величине предельного продукта в денежном выражении (MRP_N) для отдельной фирмы:

Количество труда (чел.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MRP_N (ден. ед.)	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11

Предположим, что на рынке функционируют 100 фирм с такой же величиной MRP_N данного конкретного труда.

Во второй таблице приведены данные об объеме предложения труда в отрасли и величине ставки заработной платы данного конкретного труда:

Объем предложения труда (чел.)	1000	950	900	850	800	750	700	650	600	550
Ставка заработной платы (ден. ед.)	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11

Определите:

- общее число занятых рабочих в отрасли;
- величину заработной платы, количество рабочих и предельные издержки на оплату труда для отдельной фирмы;
- как изменилось общее число нанятых рабочих, если установлен минимальный размер оплаты труда на уровне 15 ден. ед.

7. Фирма является совершенным конкурентом на рынке благ и на рынке труда. При заданном объеме капитала ее технология характеризуется производственной функцией: $Q = 240N - 5N^2$.

Сколько труда наймет фирма при цене блага равной 2 ден. ед. и цене единицы труда равной 120 ден. ед.?

8. Функция полезности в модели межвременного выбора потребителя $U=C_1 \times C_2$. Доход в текущем периоде равен 100 тыс. руб. Доход в будущем периоде равен 110 тыс. руб. Процентная ставка равна 10%.

Определите текущее и будущее потребление и сбережение

9. Определите, как будут изменяться равновесные цены в хозяйстве, состоящем из двух отраслей со следующими функциями спроса и предложения: $Q_a^d = 8 + 3P_b - 2P_a$; $Q_a^s = 10 - 2P_b + P_a$; $Q_b^d = 14 + 2P_a - P_b$; $Q_b^s = 17 - P_a + 0,5P_b$.

Каково будет соотношение между объемами спроса и предложения в каждой отрасли, если $P_a = 1,5$; $P_b = 1,2$? Восстановится ли при такой системе цен совместное равновесие на обоих рынках?

10. Дана модель общего равновесия. Две фирмы используют труд N и капитал K для производства товаров x и y . Производственная функция первой фирмы: $X = N_x \times K_x$; производственная функция второй фирмы: $Y = N_y \times K_y$.

Известно общее количество ресурсов: $N_{\text{общ.}} = 10$ ед.; $K_{\text{общ.}} = 20$ ед.

Определите кривую производственных возможностей (КПВ).

11. Владелец нового автомобиля ценой 20 тыс. долл. застраховал его от угона на всю сумму. Вероятность угона оценивалась страховой компанией в 10%. Автомобиль не очень устраивал владельца, и у него появилось желание сменить модель. Продажа этого автомобиля и покупка нового стоили бы владельцу дополнительных затрат, а снижение мер предосторожности увеличило бы вероятность угона до 70%.

Оцените ущерб страховой компании в случае морального риска

12. Готовность молодежи платить за обучение в вузе выражается функцией: $P = 50 - 0,5N$, где P – размер платы (млн руб.);

N – число готовых платить (тыс. чел.).

Выраженная в деньгах предельная общественная полезность (MU) высшего образования характеризуется формулой: $MU = 70 - 0,5N$.

Общие затраты вуза по подготовке специалистов определены формулой: $TC = 10N + N^2$.

Определите:

- а) величину внешнего эффекта обучения 1 тыс. студентов;
- б) число студентов, соответствующее максимуму полезности молодежи;
- в) число студентов, соответствующее максимуму общественной полезности;
- г) размеры платы за обучение и дотации за 1 тыс. студентов, соответствующие максимальной общественной полезности высшего образования.

13. Общество состоит из трех индивидуумов: А, В, С. Функции индивидуального спроса на некоторое общественное благо имеют вид: $Q_A = 80 - P$; $Q_B = 70 - P$; $Q_C = 30 - P$. Предельные затраты на производство общественного блага постоянны (не зависят от объема производства) и равны 120 руб. на каждую единицу.

Определите общественно оптимальный объем производства общественного блага. Если это общественное благо продавать потребителям по индивидуальным ценам, то какими они должны быть?

14. Небольшой городок обслуживается множеством конкурирующих супермаркетов, которые имеют постоянные предельные издержки.

- а. Используя схему рынка бакалейно-гастрономических товаров, покажите излишек потребителя, излишек производителя и суммарный излишек.
- б. Предположим, что независимые супермаркеты объединились в единую сеть. Используя новую диаграмму, покажите новые потребительский излишек, излишек производителя и общий излишек

15. Компания Best Computer только что разработала компьютерную микросхему, на которую немедленно получила патент.

- а. Нарисуйте диаграмму, изображающую излишек потребителя, излишек производителя и суммарный излишек на рынке новой микросхемы.
- б. Что произойдет с излишками всех видов, если компания сможет осуществлять совершенную ценовую дискриминацию? Как изменятся чистые убытки?

16. Предположим, что в Петербурге 1000 киосков торгуют солеными сушками. Кривая средних совокупных издержек каждого киоска имеет обычную (U-образную форму). Рыночная кривая спроса на сушки имеет отрицательный наклон, а рынок сушек находится в долгосрочном равновесии.

- а. Изобразите текущее равновесие, используя графики для всего рынка и отдельного киоска.
- б. Предположим, что городские власти решили ограничить число лицензий для владельцев киосков до 800. Какой эффект будет иметь эта акция для рынка в целом и для отдельного киоска, остающегося на рынке? Проиллюстрируйте ответ графиками.
- в. Предположим, что город решил поднять лицензионную плату для владельцев оставшихся 800 киосков. Как это скажется на объеме продажи сушек в отдельном киоске и на его прибыли? Городские власти желают получить максимально возможный доход, но сохранить все 800 киосков. Насколько они должны увеличить лицензионную плату при таких условиях? Продемонстрируйте свой ответ на графике

17. Предположим, что Государственная дума РФ вводит повышенный тариф на импортируемые автомобили, чтобы защитить автомобильную промышленность от иностранных конкурентов. Предполагая, что Россия принимает цены на мировом автомобильном рынке такими, какие они есть, покажите на графике: изменение количества импорта, убытки российских потребителей, выгоду внутренних

производителей, доходы правительства и безвозвратную потерю, связанную с введением повышенного тарифа. Потери потребителей можно разбить на три части трансферт отечественным производителям, трансферт правительству и безвозвратную потерю. Используйте ваш график, чтобы определить эти три части

18. «Растущие цены традиционно вызывают экспансию в отрасль, что в конечном итоге сводит на нет высокие цены и процветание производителей». Объясните, используя соответствующие диаграммы.

19. Давайте проанализируем игру, которую ведут компании American Airlines и Braniff Airways. Предположим, что каждая компания может назначать или высокую, или низкую цену на авиабилеты. Если одна компания устанавливает цену \$ 100 за билет, она получает низкую прибыль в том случае, когда ее конкурент устанавливает аналогичную цену, и высокую прибыль, если она назначает цену в \$ 200 за билет. С другой стороны, если первая компания назначает плату в \$ 200 за билет, она получает очень низкую прибыль, если другая компания установит цену билета в \$ 100, и среднюю прибыль, если ее конкурент устанавливает ту же цену. а. Нарисуйте диаграмму принятия решения для этой игры. б. Что является равновесием Нэша для этой игры? Объясните. в. Существует ли в этой игре результат, который был бы лучшим, чем равновесие Нэша? Как его достигнуть? Кто оказался бы в проигрыше в случае достижения этого результата.

20. Рок-певец Род Стюарт обладает монополией на редкий ресурс: на самого себя. Он единственный, кто может давать концерты Рода Стюарта. Следует ли из этого, что правительство должно регулировать цены на его концерты? Если да (или если нет), то почему?

3. Примерные темы докладов

Тема 1. Теория потребителя.

1. Предпочтения и полезность. Отношение предпочтения, аксиомы потребительского выбора.

2. Задача потребителя, функция спроса по Маршаллу. Косвенная функция полезности, свойства косвенной функции полезности.

3. Поиск наименьшего уровня расходов, необходимого для достижения уровня полезности; функция расходов.

4. Функция спроса по Хиксу; свойства функции расходов. Связь между косвенной функцией полезности и функцией расходов.

5. Двойственность между функциями спроса по Маршаллу и по Хиксу. Свойства потребительского спроса, эффекты дохода и замещения, уравнение Слуцкого.

6. Соотношения между эластичностями, агрегирование потребительского спроса. Выявленные предпочтения, слабая аксиома выявленных предпочтений, сильная аксиома выявленных предпочтений.

Тема 2. Выбор в условиях неопределенности.

1. Лотереи, исходы, простые лотереи, сложные лотереи.

2. Аксиомы потребительского выбора в условиях неопределенности.

3. Полнота, транзитивность, непрерывность, монотонность, аксиома независимости.

4. Функция полезности фон Неймана-Моргенштерна.
5. Свойство ожидаемой полезности.
6. Существование функции полезности фон Неймана-Моргенштерна. Единственность функций фон Неймана-Моргенштерна с точностью до положительных аффинных преобразований.
7. Несклонность к риску, нейтральность к риску, склонность к риску.
8. Гарантированный эквивалент лотереи. Премия за риск.
9. Мера Эрроу-Пратта абсолютной несклонности к риску.
10. Постоянная, убывающая, возрастающая степень абсолютной несклонности к риску.
11. Изменение объема инвестиций в рисковый актив при изменении богатства инвестора.

Тема 3. Теория производителя.

1. Производство, множество производственных возможностей, производственный план, производственная функция, изокванта, эластичность замещения.
2. Минимизация издержек, функция издержек, условный спрос фирмы на факторы производства.
3. Свойства функции издержек, свойства функций условного спроса на факторы производства.
4. Функция издержек в краткосрочном периоде.
5. Кривая долгосрочных совокупных издержек и семейство кривых краткосрочных совокупных издержек.
6. Максимизация прибыли, функция предложения продукции, функции спроса фирмы на факторы производства.
7. Функция прибыли, свойства функции прибыли, свойства функций предложения фирмы и спроса на факторы производства.
8. Функция прибыли в краткосрочном периоде.

Тема 4. Общее равновесие.

1. Экономика обмена, допустимые распределения, Парето-эффективные распределения, блокирующие коалиции, равновесие в экономике обмена, ядро экономики обмена.
2. Равновесие в конкурентных рыночных системах. Существование равновесия, избыточный спрос, свойства функций совокупного избыточного спроса.
3. Вальрасовское равновесие. Распределения, равновесные по Вальрасу; множественность равновесий; ядро и равновесия в конкурентных экономиках.
4. Равновесие в экономике с производством, описание производственного сектора, описание потребителей, существование вальрасовского равновесия в экономике с производством.
5. Равновесие в экономике Робинзона Крузо. Равновесное по Вальрасу распределение в экономике с производством.
6. Парето-эффективное распределение в экономике с производством. Первая теорема благосостояния для экономики с производством.

Тема 5. Экономика информации.

1. Неблагоприятный отбор, информация и эффективность рыночных исходов.
2. Рыночные сигналы, игра с сигналами на рынке страхования.
3. Свойства разделяющего равновесия, свойства объединяющего равновесия, интуитивный критерий Хо-Крепса.
4. Скрининг, модель скрининга на рынке страхования, объединяющие и разделяющие равновесия, отсутствие объединяющих равновесий, свойства разделяющего равновесия.
5. Моральный риск и модель контрактных отношений.
6. Симметричная информация. Асимметричная информация.

4. Кейс-задания

Кейс 1. Предпочтения потребителя: любовь к мясу неистребима

Панзано, Италия – сотни поклонников знаменитых тосканских стейков фьюрентино толпились перед мясной лавкой Дарио Чеккини. На появление хозяина лавки толпа отреагировала одобрителем гулом – Чеккини объявил об открытии необычного аукциона. Лотами на нем были сочные куски сырой говядины на косточке.

С 1 апреля сего года в большинстве европейских стран стейки фьюрентино попали в список продуктов, запрещенных к продаже, – так Европа пытается бороться против распространения губчатой энцефалопатии (BSE), более известной под названием «коровье бешенство». Медики полагают, что люди заболевают в результате употребления в пищу мяса больных животных. Из страха перед болезнью в Европе были забиты сотни тысяч голов рогатого скота. Участников аукциона, организованного Чеккини, ничуть не обеспокоило то, что куски мяса, выставленные на торги, были на косточках – по мнению специалистов, именно в костной ткани гнездится основное количество патогенных микробов, вызывающих заболевание. Не смущало их и то, что стейки были получены от мясоперерабатывающего комбината Cremonini, а первый в Италии случай BSE был зарегистрирован на одной из боен, принадлежащих именно этой компании. Несмотря ни на что, стейки весом до 2,5 кг, обычная цена которых не превышает 50 долл., на этом аукционе уходили за 5000 долл. Максимальную цену

– 5000 долл. – за вожделенный и запретный кусок мяса заплатил ювелир из Флоренции Стефано Гушелли Брандимарте. – Я знаю, что BSE – тяжелое заболевание, – говорит он, – и запрет на такие стейки, может быть, вполне обоснован. Но те, кто ест фьюрентино, ничего не боятся и будут есть их всегда! Недавние страхи перед BSE, охватившие Европу, не слишком сильно умили любовь европейцев к мясу. Поначалу, когда в октябре 2000 г. на континенте были обнаружены первые случаи коровьего бешенства, некоторые и впрямь вознамерились пересмотреть свои гастрономические привычки.

Однако сейчас, по данным Еврокомиссии потребление говядины снова начало расти. В апреле этого года потребление мяса на континенте было на 18% ниже, чем в апреле 2000 г., однако оно заметно выросло по сравнению с февралем, когда потребление говядины было на 28% меньше, чем в феврале 2000 г. По мнению производителей продуктов питания, к концу года спрос на говядину вернется к «допаническому» уровню. Европейцы любят мясо. В недавнем опросе, который проводился германским журналом для женщин, 63% опрошенных заявили, что вегетарианская кухня менее питательна, а около 30% опрошенных сказали, что их домашние обещали бойкотировать обеды без мяса. Попытки использовать страх людей перед BSE, чтобы протолкнуть на массовый рынок такие экзотические продукты, как мясо страуса, кенгуру или крокодила, успехом не увенчались.

Вопросы

1. Нарисуйте карту кривых безразличия для товарного набора, состоящего из мяса и прочих продуктов, для европейцев.

2. Какие изменения претерпели предпочтения европейцев (которые следует отразить на карте кривых безразличия) в связи с угрозой заболевания и последующими событиями?

3. Каким образом будет выглядеть карта кривых безразличия для европейцев, если в набор включены говядина и другие виды мяса (страуса, кенгуру или крокодила)?

4. Как будет выглядеть карта кривых безразличия для итальянцев, участвовавших в аукционе, о котором идет речь в статье, по сравнению с предпочтениями прочих европейцев?

Кейс 2. Доступный суперпремиум

По мнению авторов книги «Зачем платить больше? Новая роскошь для среднего класса» Майкла Сильверстайна и Нила Фиска, сегодня на американском рынке появился новый тип товаров и услуг – так называемые товары новой роскоши, обладателями которых стремятся стать все большее количество средних американцев. Товары «новой роскоши» принципиально отличаются от товаров «старой роскоши». Потребление «старой роскоши» основано в первую очередь на статусе, на возможности продемонстрировать окружающим свою значимость и богатство. А вот люди, стремящиеся к обладанию товарами «новой роскоши», в первую очередь хотят эмоционально поддержать себя, доставить себе удовольствие.

«Старая роскошь» – это высокие цены, люксовое качество, элитарные марки. «Новая роскошь» – это более доступные цены, высокое качество, не самые изысканные, но безусловно престижные бренды. Например, автомобиль Rolls Royce, сумочка от Chanel или часы Patek Philippe – это «старая роскошь», а вот стиральная машина Whirlpool, водка Belvedere или автомобиль BMW – «новая».

«Новая роскошь» – это товары, занимающие «тепленькое местечко» на рынке между экономклассом и люксом. Число средних американцев, которые сегодня желают и могут платить за товары «новой роскоши», ежегодно увеличивается на 15%, а объем продаж этих товаров в прошлом году составил 400 млрд долл. Основные категории товаров, за которые американцы «готовы платить больше», – это товары для дома (прежде всего для кухни и ванной), автомобили, продукты питания, рестораны и товары по уходу за собой.

Почему средний американец, традиционно в основной своей массе отдававший предпочтение дешевому функциональному товару, неожиданно захотел «роскоши»? Одна из главных причин, считают авторы книги, – это «женская революция» в Америке. Число разводов в США существенно возросло, женщины стали больше работать и зарабатывать, они находятся в постоянном поиске очередного партнера и поэтому тратят много денег на себя, в семье женщины принимают решения о покупках, их вкусовые предпочтения являются доминирующими. Другими причинами являются рост реальных доходов населения, экономия средств за счет дискаунтеров, изменения во вкусах и прочее. Стало меняться и предложение товаров на рынке.

Сегодня американская индустрия «создания потребностей» достигла своего предела, и американские производители в поисках уникальных рыночных ниш стали уделять больше внимания поиску инноваций, в том числе эмоциональных. – Бойтесь среднего! Нет среднего потребителя! Нет средней цены! Нет среднего продукта! Посередине вам угрожает смерть! – предостерегает Майкл Сильверстайн. Сегодня, считает он, путь к процветанию компании лежит через индивидуализацию продукта, повышение его цены, эксплуатацию феномена «притягательности дорогого». Но при этом созданный продукт должен иметь реальные технические и функциональные преимущества и вызывать у покупателя эмоциональную привязанность. По мнению Майкла Сильверстайна, феномен готовности покупателей платить больше сегодня наблюдается на многих рынках – британском, японском, скандинавском.

Большие перспективы у товаров «новой роскоши» и на российском рынке. И производители товаров «массового престижа» у нас уже есть. Например, компании «Дикая орхидея», Одинцовская кондитерская фабрика («А. Коркунов») и «Тинькофф». Они смогли представить потребителю не просто качественный товар, но и легенду, историю, бренд. И им удалось занять более дорогую, по отношению к конкурентам, рыночную нишу. Перспективы у российского рынка товаров «новой роскоши», безусловно, роскошные. Если в Америке «переплатить» – это неожиданный феномен, то в России «жить не по средствам» – глубинная культурная традиция.

Вопросы

1. Можно ли готовность американцев «платить больше» назвать рациональным поведением?
2. Нет ли противоречия между законом спроса и готовностью американцев «переплачивать» за товар?
3. Проанализируйте факторы, повлекшие рост спроса средних американцев, традиционно в основной своей массе отдававших предпочтение дешевому функциональному товару, на товары «роскоши»?
4. В чем суть концепции независимости потребителя? Различаются ли понятия «суверенитет» и «независимость потребителя»?
5. «Бойтесь среднего! Нет среднего потребителя!.. Нет среднего продукта! Посередине вам угрожает смерть!» К какому типичному влиянию вкусов и предпочтений потребителей на поведение других потребителей апеллирует Майкл Сильверстайн?
6. Назовите другие эффекты, противоречащие концепции независимости поведения потребителя. Объясните, в чем их суть.

Кейс 3.

15 сентября 2005 г. в программе «Время» диктором телеканала ОРТ в 15.10 сообщалась следующая информация о финансовом положении производителей зерна: «Прибыль от продажи зерна не покрывает расходы на горючее»; в 21.00 то же сообщение предлагалось слушателям в такой редакции: «Прибыль не успевает за расходами на горючее».

Вопрос: почему используемые в программе ОРТ формулировки являются неверными? Как взаимосвязаны выручка, затраты и прибыль производителей? Какое высказывание о финансовом положении производителей зерна было бы корректным? Какой вывод о прибыли производителей можно сделать на основе корректно приводимых данных о финансовом положении производителей зерна?

Кейс 4.

Тем, кто читал «Театр» Сомерсета Моэма, запомнились главные действующие лица – супружеская пара актеров – Джулия Ламберт и Майкл Госселин. У них собственный театр. В сравнении с женой Майкл – посредственный актер. Но он – «стихийный» экономист. Вот соответствующие выдержки из романа. Майкл вел театр тем же методом и с той же бережливостью, что и дом, извлекая каждое пенни из тех спектаклей, которые имели успех, когда же спектакль проваливался, что, естественно, порой случалось, потери их бывали сравнительно невелики. Майкл льстил себя мыслью, что во всем Лондоне не найдется театра, где бы так мало тратили на постановки. Он проявлял великую изобретательность, преображая старые декорации в новые, а используя на все лады мебель, которую постепенно собрал на складе, не должен был тратиться на прокат. Он выискивал актеров, которые не имели случая создать себе имя и не претендовали поэтому на высокую оплату. И сделал несколько удачных находок.

Мало-помалу Майкл все реже стал появляться на сцене. Его куда больше привлекала административная деятельность. – Я хочу поставить наш театр на такие же деловые рельсы, на каких стоит любая фирма в Сити, – говорил он. Майкл считал, что с большей пользой потратит вечер, если, в то время как Джулия выступает, он будет посещать периферийные театры в поисках талантов. У него была записная книжка, куда он вносил имена всех актеров, которые, как ему казалось, подавали надежды. Затем Майкл взялся за режиссуру. Его всегда возмущало, что режиссеры требуют такие большие деньги за постановку спектакля, а в последнее время кое-кто из них даже претендовал на долю со сборов. Джулии Майкл положил очень большой оклад и с гордостью заявлял, что она – самая высокооплачиваемая актриса в Англии, но, когда играл сам, ни- когда не

назначал себе больше того, что, по его мнению, стоила его роль, а ставя пьесу, записывал в статью расхода гонорар, который они дали бы второразрядному режиссеру. «Ты – лучшая актриса в Англии. В труппе есть всего три человека, которые приносят деньги в кассу независимо от пьесы, и ты – одна из них. Ты получаешь больше меня потому, что стоишь дороже, – говорил Джулии Майкл. – Я назначаю тебе такую плату потому, что ты зарабатываешь ее».

Вопросы

1. Если рассматривать театр Майкла и Джулии как фирму, то для постановки спектаклей требуются факторы производства. Какие из них приобретаются у внешних поставщиков и являются покупными? Какие ресурсы являются собственными? Какая из отвергаемых альтернатив является лучшей для Майкла Госселина?
2. Как соотносятся экономические и бухгалтерские издержки, экономическая и бухгалтерская прибыль в театре Джулии Ламберт и Майкла Госселина?

Кейс 5. Американская авиация на грани банкротства

В конце октября три из четырех крупнейших авиакомпаний США объявили об убытках за третий квартал. Так, Delta Airlines завершила июль–сентябрь 2004 года с убытками в размере 646 млн долл., American Airlines – 214 млн долл. и Northwestern Airlines – 46 млн долл. В прошлом году третий квартал с убытком (164 млн долл.) завершила лишь Delta, остальные работали хоть и с небольшой, но прибылью.

Причин столь печального положения американской авиации несколько. Во-первых, это резкий рост цен на нефть – на 92% с сентября прошлого года. Столь серьезный рост цен вынудил многие компании ввести «надбавки за топливо». Но они были невелики – 10–30 долл. на билет в зависимости от маршрута и не покрывали возросших издержек. Во-вторых, ряд компаний, прибегших к ст. 11 американского закона о банкротстве, продолжали расширять сеть маршрутов, предлагая пассажирам искусственно низкие тарифы. В-третьих, крупнейшие авиакомпании почувствовали на себе рост деятельности компаний-дискаунтеров, которые предлагают недорогие билеты на местных рейсах внутри США. На трансатлантических же рейсах конкуренцию американцам составили европейские авиакомпании. Наконец, в-четвертых, свою роль сыграли пять сильных ураганов, прокатившихся в течение трех месяцев по восточным штатам. В результате сотни рейсов были отменены, а американцы предпочитали пользоваться наземными видами транспорта.

Обычно авиакомпании в странах северного полушария зарабатывают значительную часть своей прибыли именно летом, во время отпусков и школьных каникул. Убытки в третьем квартале означают, что по результатам года Delta, American и Northwestern также окажутся в минусе. Статья 11 Кодекса законов о банкротстве США оставляет за компанией, объявившей себя банкротом, имущество и право продолжения деятельности, но требует проведения реорганизации существующего бизнеса для того, чтобы погасить долги перед кредиторами. План реорганизации компании-банкрота должен быть предоставлен кредиторам компании и одобрен решением суда. Три компании собираются заняться реструктуризацией, отказавшись от невыгодных маршрутов и сократив число занятых. Delta не исключает, что в ближайшее время компания обратится к ст. 11 закона о банкротстве.

Вопросы

1. Дайте определения понятий «выручка», «прибыль», «убытки».
2. Объясните логику получения убытков тремя крупными американскими авиакомпаниями в результате воздействия тех факторов, которые названы в статье.
3. В координатах «услуги наземного транспорта – услуги авиакомпаний» изобразите схематично кривые безразличия американцев до сильных ураганов и после

них. Объясните, как наклон кривой безразличия отражает предпочтения покупателя относительно одного из товаров.

4. Проанализируйте меры, которые хотят предпринять авиакомпании для исправления положения.

Кейс 6. Анализ структуры российской фирмы. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

В настоящее время ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» имеет ряд крупных подразделений в различных городах России – это не только головной Санкт-Петербургский завод, но и филиалы: «Балтика-Ростов», «Балтика- Самара», «Балтика-Тула», «Балтика-Хабаровск». Во многих городах России, а также в ее столице открыты сбытовые подразделения «Балтики». На сегодняшний день «Пивоваренная компания «Балтика» является самым крупным в России производителем пива, входит в тройку самых крупных заводов Европы по выпуску пива на одной производственной площадке. Компания сейчас состоит из 5 производственных площадок и 28 торговых представительств в крупнейших городах России, включая Москву.

Доля «Пивоваренной компании «Балтика» на рынках России имеет тенденцию к постоянному росту в течение прошедших двенадцати лет. В 2002 г. продукция «Балтики» уже составила 22% от всего объема пива, поставляемого на рынок России. «Балтика» работает по классической технологии пивоварения, оснащена современным оборудованием ведущих производителей пивоваренного оборудования из Германии, Бельгии, Дании и других стран. На «Балтике» используется только высококачественное сырье. Чтобы производить пиво европейского качества по цветности и по вкусовым качествам, приходится закупать импортное сырье. Применение самого лучшего солода, а также эффективного оборудования позволяет выпускать светлые сорта пива с очень низкой цветностью, что особо ценится в светлых сортах. Руководство компании «Балтика» убеждено, что приготовить качественное пиво можно только из качественного сырья. Поэтому поставщиками важнейших материалов для производства пива являются крупные западные компании, входящие в число лидеров в своих отраслях. Так, «Балтика» сотрудничает со следующими фирмами. По солоду По хмелю Malteries Franco-Belges (Франция) Barth & Son (Германия) Lahden Polttimo OY (Финляндия) SeitzSchenk (Германия) Friedrich Weissheimer Malzfabrik (Германия) Fromm Maver Bass (Германия) World Minerals (Велико- британия)

Что касается персонала, то к 2002 г. численность персонала Компании достигла почти 7000 человек. Это высокопрофессиональные кадры. Средний возраст сотрудников составляет 36 лет. Причем процент тех, кому еще нет и 30, достаточно велик. «У каждого работника от рядового сотрудника до директора должна быть возможность проявлять свои способности в принятии решений», – считает генеральный директор ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» Т.К. Боллоев. На предприятии сохранены все социальные традиции поддержки сотрудников: премии, путевки в оздоровительные центры по льготной стоимости. К услугам персонала Компании тренировочный спортивный зал, сауна, ванны-джакузи с гидромассажем, солярий, массажный кабинет, оборудование для физиотерапевтических процедур, кабинет стоматологии, оборудованный прекрасной современной техникой, парикмахерская, бассейн. Забота о людях была и остается приоритетной задачей администрации Компании.

Компания не собирается останавливаться на достигнутом. Планируются инвестиции в развитие транспорта, хранения, дистрибьюторской сети. Особое внимание будет уделяться экспорту продукции. Стратегическая цель Компании 25%-я доля на рынке России. Важнейшим направлением для достижения этой цели является открытие производств в других регионах России.

Вопросы

1. Является ли анализируемая единица фирмой (по формальным признакам)?
2. Является ли фирма одно- или многопродуктовой, одно- или многозаводской, вертикально интегрированной? Что определяет горизонтальные и вертикальные границы фирмы?
3. Относится ли фирма принципиально к U- или M-форме? Проанализируйте величины транзакционных издержек и издержек контроля.
4. Какие параметры деятельности фирма использует в качестве стратегических переменных?

Кейс 7. Вторая беда России

Шестого мая на заседании правительства рассматривался проект национальной программы модернизации и развития автомобильных дорог России до 2025 г. Началось заседание с душераздирающих рассказов о российском бездорожье. По словам премьер-министра Михаила Фрадкова, половина автодорог России сейчас в неудовлетворительном состоянии. На Дальнем Востоке и в Сибири сеть дорог вообще не развита, «что затрудняет вовлечение в хозяйственный оборот больших территорий с большими природными ресурсами». Почти 50 тыс. населенных пунктов в России практически не имеют автомобильного сообщения с соседними регионами. По словам министра транспорта и связи Игоря Левитина, финансирование дорожной отрасли недостаточно – в 2003 г. оно сократилось до 1,5% ВВП, а три года назад составляло 2,9% ВВП. Если эта негативная тенденция сохранится, то к 2010 г. количество дорожно-транспортных происшествий может возрасти на 40–45%, а протяженность дорог сократится в четыре раза. Еще больше затруднится движение в мегаполисах и прилегающих к ним областях. Скорость движения и на дорогах снизится в среднем на 20%.

Дорожное хозяйство России, по словам министра транспорта и связи, частные инвесторы не считают инвестиционно-привлекательной отраслью. По мнению г-на Левитина, приходу частных инвесторов мешает отсутствие необходимой законодательной базы для работы в дорожном строительстве частных компаний, например, нет законов о концессиях, платных автодорогах, земельных отношениях в дорожном хозяйстве. Окончательный вариант национальной программы модернизации и развития автомобильных дорог России на период до 2025 г. должен быть подготовлен к 1 октября 2004 г. Пока же выдвинуто два основных предложения по борьбе с бездорожьем.

Первое исходит от министра финансов Алексея Кудрина – с несвойственной ему щедростью он предложил увеличить ежегодное финансирование дорожного строительства на 15–20 млрд. руб. (на 2004 г. в бюджете на эту статью расходов выделено 80 млрд. руб.). Второе предложение выдвинул Игорь Левитин: создавать платные дороги, что привлечет в отрасль частные инвестиции. По мнению министра транспорта и связи, для развития частных автомобильных дорог в России необходимо принять закон о концессионных договорах, тогда в управление частным инвесторам можно будет передавать на длительный срок дороги и придорожные территории. Это, в свою очередь, позволит снизить сроки окупаемости дорог и развить придорожную инфраструктуру.

Специалисты оценили предложение министров скептически. Ударить бизнесом по бездорожью. Почему частные инвестиции не идут в автодорожную отрасль? Потому что большинство автодорожных проектов окупается плохо и долго, а еще потому, что у долгосрочных вложений в России очень высокая степень риска. Сравнение проектов российских платных дорог с зарубежными показывает, что удельные инвестиционные расходы на строительство дорог на Западе и у нас примерно равны (по данным РосдорНИИ, 1 км автомобильной дороги обходится как минимум в 1 млн. долл.), но у наших дорог показатели интенсивности движения ниже, чем у западных, более чем в два раза. Реальная плата за проезд по российским платным дорогам будет в 2–2,5 раза ниже, чем на западноевропейских дорогах: от 20 до 100 руб. Поэтому создавать окупающиеся платные

дороги, возможно, лишь в пределах мегаполисов и вдоль некоторых крупных автомагистралей. А еще от российских дорог инвесторов отпугивают юридические и страховые риски. «Средний срок окупаемости дорожных инвестиций в мировой практике от десяти до тридцати лет, – говорит Павел Гурин, член правления, начальник управления корпоративных финансов и инвестиционно-банковских операций Райффайзенбанка. – При этом главная проблема для любого инвестора – готовность принимать общие страховые риски на эти сроки».

В условиях, когда госчиновники постоянно намекают, что решения, принятые властями десять лет назад (в отношении приватизации, налоговых льгот, соглашений о разделе продукции), могут быть пересмотрены, надеяться на защиту интересов инвесторам не приходится. Печальный опыт «До настоящего времени предпринималось несколько попыток создать частные дороги в России, – рассказывает руководитель бюджетного направления Центра фискальной политики Леонид Богданов. – Первым реальным проектом создания платного автодорожного объекта стало строительство в 1993 г. и последующая эксплуатация на коммерческой основе моста через реку Дон в Воронежской области. В течение семи лет эксплуатации взимаемая плата за проезд позволяла компенсировать лишь 30 процентов стоимости его содержания. Позднее при строительстве автомобильной дороги Воронеж-Тамбов был создан платный участок в районе Воронежа. Несмотря на то, что при реализации проекта были учтены многочисленные ошибки первого опыта, сбор платы за проезд на этом участке покрывал не более 40 процентов стоимости его эксплуатации.

Впоследствии были реализованы проекты по введению оплаты проезда по мостам через реки в Барнауле и Воронеже, по путепроводу в Саратове, в обход райцентра Хлевное Липецкой области, однако ни один из проектов не позволил окупить затраты на строительство». Не только частники Эксперты предлагают более мягкий для инвесторов вариант вложения денег и, возможно, более осуществимый – это смешанная модель, предусматривающая партнерство государства и частного бизнеса. Здесь можно обратиться к опыту восточноевропейских и латиноамериканских стран, где нет столь развитой дорожной сети, как в США или в Европе. Да и низкая загруженность магистралей не позволяет переводить их на платную основу – ввиду отсутствия устойчивого спроса на такие услуги.

«По нашему мнению, проекты по созданию платных дорог следует начинать с взимания платы за проезд по государственным дорогам, а через определенное время, когда основные параметры проекта (интенсивность движения, плата за проезд и др.) будут подтверждены практикой, можно будет передать государственную платную дорогу в концессию частным инвесторам, возместив произведенные инвестиции, – говорит Вячеслав Агапкин. – Полученные от концессионеров средства могут быть направлены на строительство новых платных государственных дорог».

Возможны самые различные варианты строительства и функционирования дорог с участием государственного и частного финансирования. «Например, когда придорожные территории отдаются в концессию инвесторам, которые осуществляют совместное с государством инвестирование в строительство дороги. Тогда проезд по дороге можно сделать и бесплатным. Однако следует понимать, что такая возможность имеется не везде, а лишь близ крупных городов, где значительный спрос на заправки, пункты питания, гостиницы, развлекательные и торговые центры. В безлюдной местности на придорожной полосе ничего не заработаешь», – говорит директор Института народнохозяйственного прогнозирования РАН Виктор Ивантер.

Вопросы

1. Каковы характерные свойства чистых общественных благ? Относятся ли автодороги и магистрали к чистым общественным благам? Ответ поясните.

2. В чем суть проблемы безбилетника? Возникает ли в случае платных автодорог?

3. Почему, несмотря на то, что платные автодороги не относятся к неисключаемым благам и, казалось бы, могут быть привлекательны для частного бизнеса, инвестиции частных фирм в автодорожную отрасль не идут?

4. В Постановлении Правительства РФ 1999 г. о платных дорогах говорится, что стоимость проезда по платной дороге устанавливается государством «с учетом потребительского спроса». Частные инвесторы хотели бы гарантий полного возмещения затрат на строительство дорог и дорожных объектов. Прокомментируйте ситуацию. Кто из сторон прав?

5. Стоимость аренды земельных участков, как правило, вдоль оживленных автомагистралей высока. Владельцы заправок, пунктов питания, гостиниц, развлекательных и торговых центров, расположенных вдоль оживленной магистрали, часто оправдывая высокие цены на продукцию, ссылаются на высокую стоимость аренды земельных участков. Что является причиной, а что следствием? Если вы затрудняетесь с ответом, подумайте над утверждением, что «в безлюдной местности на придорожной полосе ничего не заработаешь».

6. Вспомните экономическую категорию внешних эффектов. Каким эффектом – положительным или отрицательным – по вашему мнению, сопровождается эксплуатация дороги без оплаты проезда: для жителей, ранее проживавших вдоль грунтовой дороги, а теперь вдоль заасфальтированной; для жителей домов в Москве, близ которых построено третье транспортное кольцо; для водителей, неисправно платящих налоги? Сделайте вывод.

Кейс 8. Продавцы воздуха из Чикаго

В Чикаго открылась первая в мире биржа по торговле квотами на эмиссию углекислого газа. Торги на бирже ведутся в электронном формате по правилам Чикагской товарной биржи. Теперь промышленные компании, чьи предприятия выбрасывают в атмосферу значительное количество углекислого газа, смогут приобрести дополнительные квоты и сократить, таким образом, налоговые экологические выплаты. Своим появлением биржа обязана не вступившему пока в силу Киотскому протоколу, призванному ограничить выброс вредных веществ в атмосферу и ввести международные квоты на эмиссию углекислого газа. Каждая промышленно развитая страна будет получать квоту на эмиссию определенного объема углекислого газа, и в случае, если объем вредных выбросов превысит установленную норму, государство или компании будут облагаться штрафом.

Кроме того, на Чикагской бирже страна, которой удастся уменьшить объем выбрасываемого в атмосферу газа, сможет продать другой стране часть своих квот. Например, Россия, по подсчетам западных инвестиционных банков, сможет ежегодно продавать часть квоты на сумму не менее 2 млрд. долл. Всего же за сутки существования на бирже уже было зарегистрировано более 22 компаний, в числе которых значатся такие гиганты, как Ford и Motorola. В первый же день была зарегистрирована и первая сделка. Японская компания Sumitomo приобрела у Словакии квоту на эмиссию 200 тыс. т веществ, эквивалентных углекислому газу (словацкая компания Menert, которая осуществляла продажу, за последние несколько лет смогла существенно снизить выбросы углекислого газа).

Вопросы

1. Что такое внешние эффекты? Что такое положительные и отрицательные внешние эффекты? Примером какого из них является выброс в атмосферу углекислого газа индустриальными компаниями?

2. Что понимается под несостоятельностью рынка?

3. Почему наличие внешних эффектов приводит к несостоятельности рынка? Приведите графическую иллюстрацию.

4. Что понимается под интернализацией внешнего эффекта?

5. О каком способе интернализации внешнего эффекта идет речь в статье? Покажите, как торговля квотами на эмиссию углекислого газа способствует более эффективному распределению ресурсов в обществе.

6. Какие другие способы интернализации внешних эффектов вы знаете? Объясните, в чем их суть.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в форме контрольной работы по билетам или в виде теста. На зачет выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины.

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ - в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).

2. Письменно в СДО с прокторингом - в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).

3. Тестирование в СДО.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК ОС-1.1 Способен использовать знания микроэкономики (на продвинутом уровне) при решении исследовательских задач	Использует знания микроэкономики (на продвинутом уровне) при решении исследовательских задач	Уровень усвоения учебного материала, глубина понимания вопроса, правильность и полнота ответов, четкость и логичность изложения его на промежуточной аттестации, аргументированность выводов, умение тесно увязывать теорию с практикой
ОПК ОС-1.2 Способен использовать знания микроэкономики (на продвинутом	Использует знания микроэкономики (на продвинутом уровне) при решении практических задач	Уровень усвоения учебного материала, глубина понимания вопроса, правильность и полнота ответов, четкость и логичность изложения его на промежуточной

уровне) при решении практических задач		аттестации, аргументированность выводов, умение тесно увязывать теорию с практикой
--	--	--

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Охарактеризовать отношение предпочтения, аксиомы потребительского выбора: полнота, транзитивность, непрерывность, локальная ненасыщаемость, монотонность, выпуклость, строгая выпуклость.
2. Охарактеризовать функцию полезности, задачу потребителя, функцию спроса по Маршаллу.
3. Определить косвенную функцию полезности, свойства косвенной функции полезности.
4. Объяснить поиск наименьшего уровня расходов, необходимого для достижения уровня полезности u ; функция расходов.
5. Описать функцию спроса по Хиксу; свойства функции расходов. Связь между косвенной функцией полезности и функцией расходов.
6. Объяснить двойственность между функциями спроса по Маршаллу и по Хиксу.
7. Описать свойства потребительского спроса, эффекты дохода и замещения, уравнение Слуцкого.
8. Объяснить соотношения между эластичностями, агрегирование потребительского спроса.
9. Раскрыть выявленные предпочтения, слабая аксиома выявленных предпочтений, сильная аксиома выявленных предпочтений.
10. Определить сущность лотереи, исходы, простые лотереи, сложные лотереи.
11. Раскрыть аксиомы потребительского выбора в условиях неопределенности. Полнота, транзитивность, непрерывность, монотонность, аксиома независимости.
12. Объяснить функцию полезности фон Неймана-Моргенштерна. Свойство ожидаемой полезности.
13. Пояснить существование функции полезности фон Неймана-Моргенштерна. Единственность функций фон Неймана-Моргенштерна с точностью до положительных аффинных преобразований.
14. Пояснить несклонность к риску, нейтральность к риску, склонность к риску.
15. Пояснить гарантированный эквивалент лотереи. Премия за риск. Мера Эрроу-Пратта абсолютной несклонности к риску.
16. Пояснить постоянную, убывающую, возрастающую степень абсолютной несклонности к риску.
17. Объяснить изменение объема инвестиций в рисковый актив при изменении богатства инвестора.
18. Объяснить выбор оптимального объема страхового покрытия.
19. Объяснить сущность производства, множество производственных возможностей, производственный план, производственную функцию, изокванту, эластичность замещения.
20. Объяснить вогнутость однородных первой степени производственных функций. Отдача от масштаба.
21. Рассказать о минимизации издержек, функции издержек, условном спросе фирмы на факторы производства, свойствах функции издержек, свойствах функций условного спроса на факторы производства.
22. Описать функцию издержек в краткосрочном периоде.
23. Описать кривую долгосрочных совокупных издержек и семейство кривых

краткосрочных совокупных издержек.

24. Описать максимизацию прибыли, функцию предложения продукции.

25. Описать функцию спроса фирмы на факторы производства,

26. Описать функцию прибыли, свойства функции прибыли, свойства функций предложения фирмы и спроса на факторы производства. Функция прибыли в краткосрочном периоде.

27. Описать экономику обмена, допустимые распределения, Парето-эффективные распределения, блокирующие коалиции, равновесие в экономике обмена, ядро экономики обмена.

28. Описать равновесие в конкурентных рыночных системах. Существование равновесия, избыточный спрос, свойства функций совокупного избыточного спроса.

29. Описать Вальрасовское равновесие. Распределения, равновесные по Вальрасу; множественность равновесий; ядро и равновесия в конкурентных экономиках.

30. Описать равновесие в экономике с производством, описание производственного сектора, описание потребителей, существование вальрасовского равновесия в экономике с производством.

31. Описать равновесие в экономике Робинзона Крузо. Равновесное по Вальрасу распределение в экономике с производством.

32. Описать Парето-эффективное распределение в экономике с производством. Первая теорема благосостояния для экономики с производством.

33. Описать неблагоприятный отбор, информацию и эффективность рыночных исходов.

34. Описать рыночные сигналы, игру с сигналами на рынке страхования, свойство единственности пересечения;

35. Определить конкурентное равновесие в случае, когда страховая компания может идентифицировать типы страхователей по степени риска;

36. Описать объединяющие и разделяющие равновесия, свойства разделяющего равновесия, свойства объединяющего равновесия, интуитивный критерий Хо-Крепса

37. Пояснить скрининг, модель скрининга на рынке страхования,

38. Описать объединяющие и разделяющие равновесия, отсутствие объединяющих равновесий, свойства разделяющего равновесия.

39. Описать моральный риск и модель контрактных отношений.

40. Пояснить что есть симметричная информация и асимметричная информация.

Шкала оценивания

Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции		
Цифр.	Оценка	Знания	Умения	Навыки
2	Неуд.	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
3	Удовл.	Фрагментарные, не структурированные знания	Частично освоенное, не систематическое осуществляемое умение	Фрагментарное, не систематическое применение
4	Хор.	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Отл.	Сформированные	Сформированное	Успешное и

		систематические знания	умение	систематическое применение навыков
--	--	------------------------	--------	------------------------------------

Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и навыков

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Студент не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
3	Удовл.	Знания не структурированы, на уровне ориентирования , общих представлений. Студент допускает неточности, приводит недостаточно правильные формулировки, нарушает логическую последовательность в изложении ответа на вопросы или в демонстрируемом действии.
4	Хор.	Знания, умения, навыки на аналитическом уровне. Компетенции в целом сформированные, но содержащие отдельные пробелы. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу его излагает, однако допускает несущественные погрешности при ответе на заданный вопрос или в демонстрируемом действии.
5	Отл.	Знания, умения, навыки на системном уровне. Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно и четко его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, в том числе при видоизменении и решении нестандартных практических задач, правильно обосновывает принятое решение.

6. Методические материалы для освоения дисциплины

Экзамены организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30-40 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции.

Обучающимся рекомендуется в ходе лекционных занятий выполнять следующее: вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению, задавать преподавателю вопросы.

Целесообразно в конспектах лекций рабочих конспектах формировать поля, на которых возможно делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал

прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных положений.

Методические рекомендации к семинарским (практическим) занятиям.

На семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, выработка индивидуальных или групповых решений, решение задач, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, решение индивидуальных тестов, участие в деловых играх.

При подготовке к семинарским занятиям каждый обучающийся должен: изучить рекомендованную учебную литературу; подготовить ответы на все вопросы семинара.–

При подготовке к семинарским занятиям необходимо обратить внимание на виды работ, которые определены заданием. Существенный акцент делается на умение студента выполнять индивидуальные письменные задания, а также на работу студента с большим объемом информации, как в электронном, так и в печатном виде.

При подготовке к семинарским занятиям важно проработать материал лекций по конкретной теме, ознакомиться с указанной литературой и выполнить все необходимые практические задания. Для семинарских занятий лучше завести отдельную папку с файлами или тетрадь со съемными листами для удобства работы.

Подготовка к контрольным мероприятиям.

При подготовке к контрольным мероприятиям обучающийся должен освоить теоретический материал, повторить материал лекционных и практических занятий, материал для самостоятельной работы по указанным преподавателям темам.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор учебной литературы, в т.ч. электронных источников; научной литературы, справочников и справочных изданий, нормативной литературы и информационных изданий.

С целью контроля сформированности компетенций разработан фонд контрольных заданий (фонд оценочных средств). С целью активизации самостоятельной работы студентов в системе дистанционного обучения Moodle разработан учебный курс «Микроэкономика (продвинутый уровень)», включающий набор файлов с текстами лекций, практикума, примерами заданий, а также набором тестов для организации электронного обучения студентов.

Для активизации работы студентов во время контактной работы с преподавателем отдельные занятия проводятся в интерактивной форме. Интерактивная форма обеспечивается наличием разработанных файлов с заданиями, наличием контрольных вопросов, возможностью доступа к системе дистанционного обучения, а также к тестеру.

Для работы с печатными и электронными ресурсами СЗИУ имеется возможность доступа к электронным ресурсам. Организация работы студентов с электронной библиотекой указана на сайте института (странице сайта – «Научная библиотека»).

Очная / заочная форма обучения

Наименование темы или раздела дисциплины	Грудоемкость, час.	Список рекомендуемой литературы		Вопросы для самопроверки
		Основная (№ из перечня)	Дополнительная (№ из перечня)	
Теория потребителя	30/34	1,2,3	1-7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что вы знаете о теоремах потребительского выбора? 2. Что представляет собой функция спроса по Маршаллу? 3. Что вы знаете о слабой и сильной аксиомах выявленных предпочтений?
Выбор в условиях неопределенности	30/32	1,2,3	1-7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что вы знаете о функции полезности фон Неймана-Моргенштерна? 2. Что вы знаете о мере Эрроу-Пратта абсолютной несклонности к риску? 3. Как изменяется объем инвестиций в рискованный актив при изменении богатства инвестора?
Теория производителя	28/32	1,2,3	1-7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кривая долгосрочных совокупных издержек и семейство кривых краткосрочных совокупных издержек 2. Максимизация прибыли, функция предложения продукции, функции спроса фирмы на факторы производства. 3. Функция прибыли в краткосрочном периоде
Общее равновесие	28/32	1,2,3	1-7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Парето-эффективные распределения, блокирующие коалиции, равновесие в экономике обмена, ядро экономики обмена 2. Распределения, равновесные по Вальрасу; множественность равновесий; ядро и равновесия в конкурентных экономиках. 3. Ядро и равновесия, реплицированные экономики, одинаковый подход в ядре, ящик Эджворта для реплицированной

				экономики с двумя типами
Экономика информации	28/39	1,2,3	1-7	1. Неблагоприятный отбор, информация и эффективность рыночных исходов 2. Скрининг, модель скрининга на рынке страхования, объединяющие и разделяющие равновесия 3. Моральный риск и модель контрактных отношений. Симметричная информация. Асимметричная информация.
Промежуточная аттестация	36/9	1,2,3	1-7	Согласно п. 5.2
Всего	180/180			

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература

1. Вэриан Х.Р., Микроэкономика, промежуточный уровень. Современный подход. Москва: Юнити, пер. с англ., 1997.
2. Микроэкономика. Продвинутый уровень : учебник / Джейли Дж. А., Рени Ф. Дж. ; пер. с англ. под науч. ред. В. П. Бусыгина, М. И. Левина, Е. В. Покатович. - М. : ГУ ВШЭ, 2011. - 733 с.
3. Маховикова, Г. А. Микроэкономика. Продвинутый курс : учебник и практикум / Г. А. Маховикова, С. В. Переверзева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 322 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-3590-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508164>

7.2. Дополнительная литература

1. Мас-Колелл Андреу, Уинстон Майкл Д., Грин Джерри Р., (2016). Микроэкономическая теория. Книга 1. Книга 2. Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. Серия: Академический учебник
2. Hal R. Varian (1992), Microeconomic Analysis, W. W. Norton & Company, 3rd edition
3. Е.А. Левина и Е.В. Покатович. Микроэкономика. Задачи и Решения. Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2010
4. Сборник задач по курсу микроэкономики продвинутого уровня / В. П. Бусыгин, Е. В. Покатович, А. А. Фридман ; Государственный университет - Высшая школа экономики. - М. : ГУ ВШЭ, 2008.
5. Стивен Ландсбург, Экономист на диване. Экономическая наука и повседневная жизнь. М.: Издательство Института Гайдара, 2016 г.
6. Боулз, С. Микроэкономика. Поведение, институты и эволюция : учебник : пер. с англ. / Боулз, Самуэль ; РАНХиГС при президенте РФ. - М. : Дело, 2011. - 576 с.
7. Коуэлл, Ф. Микроэкономика. Принципы и анализ : учебник : пер. с англ. / Ф. Коуэлл ; РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2011. - 720 с.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

7.4. Интернет-ресурсы

Электронно-образовательные ресурсы на сайте научной библиотеки СЗИУ РАНХиГС (<https://sziu-lib.ranepa.ru/>)

1. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76
2. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань» https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76
3. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «IPRbooks» https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76
4. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт» https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76
1. Научно-практические статьи по экономике и финансам Электронной библиотеки ИД «Гребенников» https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76
2. Статьи из журналов и статистических изданий Ист-Вью https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76
3. Англоязычные ресурсы **EBSCO Publishing**: доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
4. **Emerald eJournals Premier** - крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту.

7.5. Иные источники

Не используются

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения.

№ п/п	Наименование
-------	--------------

1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов