|  |
| --- |
| Примерные вопросы к зачету: |

|  |
| --- |
| Вопросы к зачету |
| 1. Методология исследования рыночных структур. |
| 2. Подходы к анализу структуры отраслевых рынков. |
| 3. Типы отраслевых рыночных структур. |
| 4. Факторы, определяющие структуру отраслевых рынков. |
| 5. Барьеры входа-выхода на отраслевые рынки. |
| 6. Слияния и поглощения. |
| 7. Динамика рынка. |
| 8. Экономические теории олигопольного ценообразования. |
| 9. Условия, ограничивающие олигопольную координацию. |
| 10. Динамика ценообразования в условиях монополии и олигополии. |
| 11. Ценовая дискриминация на отраслевых рынках. |
| 12. Ценовая дискриминация первой, второй, третей степени. |
| 13. Формы проявления ценовой дискриминации. |
| 14. Власть покупателя и вертикальное ценообразование. |
| 15. Ценообразование на рынке с доминирующей фирмой. |
| 16. Последствия применения ценовой дискриминации. |
| 17. Воздействие ценовой дискриминации на развитие экономики. |
| 18. Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция. |
| 19. Экономическое содержание продуктовой дифференциации. |
| 20. Модели пространственной и вертикальной дифференциации продукта. |
| 21. Проблемы продуктовой дифференциации. |
| 22. Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция. |
| 23. Дифференциация продукта как способ рыночной адаптации российской промышленности. |
| 24. Инновационная деятельность в отрасли. |
| 25. Структура рынка, патенты и технологические инновации. |
| 26. Структура отраслевого рынка и анализ барьеров входа-выхода на рынок. |
| 27. Стратегические барьеры входа фирм на отраслевой рынок и их оценка. |
| 28. Классификация уровней барьера входа фирм на отраслевой рынок и их оценка. |
| 29. Нестратегические барьеры входа-выхода на отраслевой рынок и их оценка. |
| 30. Оценка отраслевых барьеров в РФ и РТ. |
| 31. Экономические потери от отраслевых барьеров. |
| 32. Рынок с монопольной властью. |
| 33. Показатели рыночной власти. |
| 34. Последствия монопольной власти на отраслевом рынке. |
| 35. Особенности поведения монополии на отраслевом рынке. |
| 36. Подходы к оценке "мертвого груза" монополии. |
| 37. Модель отраслевого рынка с доминирующей фирмой. |
| 38. Ценовое лидерство в модели Форхаймера. |
| 39. Классификация некооперативных стратегий поведения фирм на отраслевом рынке. |
| 40. Кооперативные стратегии поведения фирм на рынке. |
| 41. Картельные соглашения. Условия стабильности стратегии. |
| 42. Естественные монополии. |
| 43. Особенности отраслевого рынка с естественной монополией. Виды естественных монополий. |
| 44. Ценообразование на рынке естественных монополий. |
| 45. Естественные монополии и эффективность использования ресурсов. |
| 46. Подходы к регулированию естественных монополий. |
| 47. Методы государственного регулирования естественных монополий. |
| 48. Структура рынка и эффективность функционирования отраслевых рынков. |
| 49. Х-эффективность монополий. Х-неэффективность монополий. |
| 50. Характеристика степени дискриминации по Пигу. |
| 51. Клубные ценообразования как форма совершенной ценовой дискриминации. |
| 52. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения. |
| 53. Способы установления вертикального контроля. |
| 54. Эффект "двойной маржинализации" и вертикальная интеграция. |
| 55. Вертикальная интеграция и диверсификация. |
| 56. Вертикальная интеграция и эффективность использования ресурсов. |
| 57. Образование финансово-промышленных групп как форма проявления вертикальной интеграции. |
| 58. Промышленная политика государства в отношении рыночных структур. |
| 59. Антимонопольная политика государства. |
| 60. Международная и отечественная практика антимонопольного регулирования. |
| 61. Формы проявления квазивертикальной интеграции в российской экономике. |
| 62. Особенности монополистической конкуренции. Модель Чемберлина. |
| 63. Подходы к определению границ отраслевого рынка. |
| 64. Парадигма Мейсона. Место блока результативности в парадигме Мейсона. |
| 65. Административные барьеры: состав, подходы к количественным оценкам. |
| 66. Эффект масштаба и минимально эффективный объем выпуска. |
| 67. Результативность государственной отраслевой политики. |
| 68. Оценка результативности функционирования отраслевых рынков. |
| 69. Концентрация производства. Показатели концентрации фирм на отраслевых рынках. |
| 70. Экономическая природа брендов. |
| 71. Бренд как проявление и инструмент дифференциации продукта на отраслевом рынке. |