**Вопросы**

**к экзамену по курсу «Микроэкономика**

**(продвинутый уровень)»** для магистрантов

практико-ориентированной магистратуры

1. Рынок и отрасль: понятие, границы, классификаторы. Рыночные структуры и их базовые детерминанты.
2. Уровень концентрации и факторы, его определяющие. Показатели отраслевой концентрации.
3. Фирма как субъект рынка. Проблема выбора цели фирмой. Гипотеза максимизации прибыли. Альтернативные цели фирмы.
4. Издержки и их минимизация. Концепция выявленной минимизации издержек. Издержки в краткосрочном периоде.
5. Издержки в долгосрочном периоде. Взаимосвязь между кривыми краткосрочных и долгосрочных издержек.
6. Невозвратные издержки. Трансакционные издержки и их структура.
7. Альтернативные подходы к определению экономической прибыли. Определение величины экономической прибыли.
8. Выбор монополиста, максимизирующего прибыль. Условия первого и второго порядка для максимизации прибыли.
9. Экономические последствия реализации монопольной власти: чистые потери благосостояния.
10. Экономические последствия реализации монопольной власти: Х-неэффективность монополии. Альтернативные издержки монополизации.
11. Особенности рынка с естественной монополией. Экономическая природа естественной монополии.
12. Монополистическая конкуренция: общие предпосылки и классификация моделей. Модель Чемберлина: равновесие фирмы в краткосрочном периоде.
13. Равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции в долгосрочном периоде. Проблема эффективности отрасли.
14. Выбор общества между объемом выпуска и разнообразием в условиях монополистической конкуренции.
15. Олигополия как рыночная структура. Парадокс Бертрана и пути его разрешения. Ценообразование в условиях ограничения по мощности.
16. Взаимодействие в условиях количественной олигополии. Модель Курно и сравнительная статика.
17. Олигополия и теория игр. Игры с последовательным выбором: обязательства и обратная индукция.
18. Олигополия и теория игр: повторяющиеся игры и жесткая возмездная стратегия.
19. Доминирующая фирма и ее стратегические конкурентные преимущества. Ценовое лидерство доминирующей фирмы (модель Форхаймера).
20. Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы и стратегия лимитирующего ценообразования.
21. Динамическая модель ценообразования на рынке с доминирующей фирмой.
22. Соглашения между фирмами в условиях олигополии: разновидности и институциональные формы. Картель как форма соглашения.
23. Стабильность картельного соглашения и факторы, влияющие на нее.
24. Альтернативные способы координации на олигополистических рынках.
25. Стратегии ценовой дискриминации. Совершенная ценовая дискриминация.
26. Ценовая дискриминация второй и третьей степеней.
27. Межвременная ценовая дискриминация. Парадокс Коуза и пути его разрешения.
28. Практика ценовой дискриминации.
29. Ценообразование по пиковой нагрузке.
30. Трансфертные цены. Модели трансфертного ценообразования.
31. Природа, экономическое содержание и показатели продуктовой дифференциации.
32. Виды дифференциации продукта. Горизонтальная дифференциация и подход выделенных характеристик. Вертикальная дифференциация продукта.
33. Теория оптимального уровня продуктового разнообразия и структура рынка. Дифференциация продукта и рыночная власть.
34. Реклама как фактор продуктовой дифференциации. Структура рынка и расходы на рекламу.
35. Вертикальные рыночные связи и их особенности. Вертикальный контроль: природа, формы.
36. Вертикальная интеграция: типология и мотивация. Проблема «двойной маржинализации» и ее решение.
37. Вертикальные ограничения и их формы. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.
38. Диверсификация: классификация, мотивы, современные тенденции.
39. Барьеры входа-выхода фирм на рынок и их виды. Нестратегические барьеры входа и их типы.
40. Стратегические барьеры входа фирм на рынок и их виды. Основные ценовые и неценовые стратегии создания барьеров.
41. Слияния, поглощения фирм и их формы. Последствия слияний.
42. Показатели входа и выхода фирм на рынок.
43. Природа инновационной деятельности и ее этапы. Виды инноваций. Стимулы к инновациям как функция структуры рынка.
44. Патентная защита и ее роль в стимулировании инноваций. Анализ патентной защиты с точки зрения благосостояния общества.
45. Альтернативные виды защиты от имитации и альтернативные стимулы к инновациям.
46. Диффузия инноваций. Технологические стратегии предприятий.
47. Необходимость государственного регулирования рынков. Цели и основные направления государственной политики регулирования рынков.
48. Промышленная политика и ее типы, структура. Основные направления промышленной политики.
49. Конкурентная политика государства и ее теоретическое обоснование. Структура и направления конкурентной политики.
50. Естественные монополии и политика государства. Демонополизация отрасли с естественной монополией.
51. Инновационная политика и ее направления. Инновационная политика в Республике Беларусь.