

КОПИЯ

«Итоговый междисциплинарный экзамен»
является частью цикла Б.б. «Итоговая государственная аттестация».
Программа разработана в соответствии с федеральным
государственным образовательным стандартом
по направлению 080100.62 Экономика

Разработчик: Бармина Е.А., к.э.н., доцент кафедры менеджмента
Вятского социально-экономического института

Эксперт: Бурцева Т.А., д.э.н., профессор кафедры маркетинга и
стратегического планирования Вятской государственной
сельскохозяйственной академии

Цели и задачи экзамена

Цель экзамена: проверка знаний и умений студентов по дисциплинам базовой части профессионального цикла.

Задачи экзамена:

1. Оценить теоретические знания студентов по дисциплинам профессионального цикла.
2. Закрепить навыки глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по учебным дисциплинам.
3. Выработать у студентов навыки и умения грамотно и убедительно излагать изученный учебный материал.

Место экзамена в структуре ООП

Программа «Итоговый междисциплинарный экзамен» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 080100.62 Экономика.

Общая трудоемкость экзамена составляет 3 зачетные единицы.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента:

Подготовка и сдача экзамена базируется на знаниях, умениях и компетенциях студента, полученных при изучении предшествующих дисциплин: Микроэкономика (ПК-1,4), Макроэкономика (ПК-1,8), Маркетинг (ОК-6,13, ПКВ-6).

Входные знания, умения и компетенции студента:

- способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1);
- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);
- способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-8);
- способен на основе полученной и обработанной информации разрабатывать и осуществлять маркетинговую стратегию фирмы (ПКВ-6).

Требования к результатам экзамена

Процесс подготовки и сдачи экзамена направлен на закрепление следующих компетенций (ОК-1,6): владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

В результате подготовки и сдачи экзамена студент должен:

Знать:

- закономерности функционирования современной экономики на микроуровне и макроуровне;
- основные понятия, категории и инструменты экономической теории;

- основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микроуровне и макроуровне;
- основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства;
- макроэкономические пропорции общественного воспроизводства, равновесие национального рынка и механизм его обеспечения;
- современные формы проявления макроэкономической нестабильности и основные направления стабилизационной политики государства;
- экономический механизм функционирования предприятия в условиях рынка;
- сущность, функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночных отношений.

Уметь:

- анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микроуровне и макроуровне;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;
- прогнозировать на основе стандартных теоретических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на микроуровне и макроуровне;
- использовать результаты экономического анализа для определения состояния и перспектив отдельных фирм, отраслей, рынков в условиях современной российской экономики.
- всесторонне и глубоко оценивать макроэкономические последствия политических решений органов государственного управления, а также особенности институциональных преобразований в социальной и экономической сфере;
- готовить предложения по товарной, ценовой, сбытовой и политике продвижения товара на рынок.

Владеть:

- методологией экономического исследования;
- методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей;
- современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микроуровне и макроуровне;
- навыками прогнозирования темпов изменения экономических агентов и их объединений с учетом различных факторов общественного развития;
- современными способами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных.

Ответы студентов на междисциплинарном экзамене оцениваются по следующим критериям:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показывает глубокие и всесторонние знания предмета в соответствии с учебной программой, основной и дополнительной литературы по учебной дисциплине; самостоятельно, логически стройно и последовательно излагает учебный материал, демонстрируя умение анализировать различные научные взгляды; аргументировано отстаивает собственную экономическую позицию; творчески увязывает теоретические положения с экономической практикой; обладает высокой культурой речи и общения;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показывает твердые знания предмета в соответствии с учебной программой, хорошо ориентируется в основной литературе по учебной дисциплине; самостоятельно и последовательно излагает учебный материал; предпринимает попытки анализировать различные научные взгляды, выразить собственную экономическую позицию; умеет увязывать теоретические положения с экономической практикой; отличается культурой речи и общения;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он в основном показывает знания предмета в соответствии с учебной дисциплиной; ориентируется лишь в некоторых литературных источниках по учебной дисциплине; учебный материал излагает репродуктивно, допуская некоторые ошибки; предпринимает попытки анализировать различные научные взгляды, выразить собственную экономическую позицию по требованию преподавателя; с трудом умеет установить связь теоретических положений с экономической практикой; речь и общение не всегда логичны и последовательны;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он демонстрирует незнание основных положений учебного предмета, не ориентируется в основных литературных источниках по учебной дисциплине; не в состоянии дать самостоятельный ответ на учебные вопросы и выразить собственную экономическую позицию; не умеет устанавливать связь теоретических положений с экономической практикой; речь и общение слабо развиты и мало выразительны.

Содержание междисциплинарного экзамена

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 080100.62 Экономика включает в себя дисциплины базовой части профессионального цикла: микроэкономика, макроэкономика, маркетинг

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки включает 60 теоретических вопросов, на основании которых сформированы 20 билетов по три вопроса в каждом.

Содержание дисциплин междисциплинарного экзамена

Микроэкономика

Экономические агенты, собственность и хозяйствование

Экономическая теория и экономическая практика: потребности, ресурсы, экономическая деятельность. Экономика как наука или экономическая теория. Экономические агенты (рыночные и нерыночные). Экономическая рациональность: выбор оптимального решения. Кривая производственных возможностей, альтернативные издержки. Предмет микроэкономики. Экономические институты. Экономические системы.

Экономические блага и их классификации

Экономические блага и их классификации. Общественные и частные блага. Спрос на общественное благо. Предложение общественных благ. Эффективный объем общественного блага. Проблема «безбилетника» («зайца»). Теория общественного выбора. Причины неэффективности государства.

Кругообороты благ и доходов; затраты и результаты; экономические ограничения

Кругообороты благ и доходов; затраты и результаты: общие, предельные и средние величины; альтернативные издержки (издержки отвергнутых возможностей); экономические ограничения: граница производственных возможностей.

Благо, набор (корзина) благ. Полезность, функция полезности: количественная (кардиналистическая) и порядковая (ординалистическая), предельная полезность. Принцип убывающей предельной полезности. Кривые безразличия. Бюджетное ограничение, линия бюджетного ограничения. Задача потребительского выбора. Эффект дохода и эффект замещения. Индексы реального дохода: Пааше, Ласпейреса и Фишера.

Закон предложения, закон спроса, равновесие, рынок, равновесная цена

Рыночный спрос, закон спроса, функция спроса, кривая спроса. Рыночное предложение, закон предложения, функция предложения, кривая предложения. Рыночное равновесие: статическое и динамическое. Равновесная цена, дефицит, избыток. Излишки потребителя и производителя. Государственное регулирование ценообразования.

Эластичность спроса и предложения

Экономическая эластичность: понятие, эластичность спроса по цене, перекрестная эластичность спроса, эластичность спроса по доходу. Эластичность предложения.

Излишки потребителя и производителя, теории поведения потребителя и производителя

Производство и технология. Технологическая эффективность. Экономическая эффективность. Производственная функция: производственный выбор в краткосрочном периоде и в долгосрочном периоде. Закон убывающей отдачи переменного фактора. Изокванта, карта изоквант. Замещение факторов производства. Предельная норма технологического замещения факторов. Эффект масштаба: положительный, постоянный, отрицательный.

Производственная функция, факторы производства, рынки факторов производства; бюджетное ограничение, кривые безразличия, эффект дохода и эффект замещения

Производный спрос на фактор. Предельный продукт в денежном выражении (предельная факторная выручка). Предельные издержки на ресурс. Правило использования ресурсов. Спрос на ресурс в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Оптимальное соотношение ресурсов: наименьшие издержки и максимальная прибыль.

Номинальная и реальная заработная плата. Спрос на труд. Предложение труда. Равновесие на рынке труда. Дифференциация ставок заработной платы. Экономическая рента. Монополия на рынке труда.

Производный спрос на землю. Равновесие на рынке услуг земли. Земельная рента. Дифференциальная земельная рента.

Капитал. Основной и оборотный капитал. Амортизация, норма амортизации. Норма дохода на капитал.

Понятие предприятия, классификация, внешняя и внутренняя среда, диверсификация, концентрация и централизация производства; открытие и закрытие предприятий, санация и банкротство

Фирма как экономический субъект. Теории фирмы: неоклассическая, институциональная, бихевиористская. Типы фирм. Выручка (доход) и прибыль. Принцип максимизации прибыли. Типы рыночных структур: рынок совершенной конкуренции, монополистическая конкуренция, олигополистический и абсолютной монополии. Рынок монополии. Конкуренция, совершенная и несовершенная.

Валовые выручка и издержки

Издержки производства. Бухгалтерские издержки. Экономические (вмененные) издержки: внешние (явные) издержки, внутренние (неявные) издержки, нормальная прибыль, безвозвратные издержки. Бухгалтерская прибыль. Экономическая прибыль. Кривые совокупных, средних и предельных издержек: в долгосрочном и краткосрочном периодах. Изокоста. Условия оптимизации производства по издержкам.

Монополия, естественная монополия, ценовая дискриминация

Монополия. Источники монопольной власти. Монополия. Факторы, ограничивающие рыночную власть монополиста. Экономические последствия монополии, потери. Меры регулирования монополии. Естественная монополия, ценовая дискриминация.

Совершенная конкурентная фирма. Кривая спроса на продукцию совершенной конкурентной фирмы. Точка закрытия фирмы (банкротство). Кривая предложения совершенной конкурентной фирмы в краткосрочном и в долгосрочном периоде. Положение долгосрочного равновесия отрасли.

Олигополия, монополистическая конкуренция, барьеры входа и выхода (в отрасли); сравнительное преимущество

Несовершенная конкуренция. Монополистическая конкуренция. Дифференциация продукции. Равновесие при монополистической конкуренции. Олигополия. Стратегическое поведение. Некооперативные и кооперативные стратегии. Картель. Ценовое лидерство. Модель ломаной кривой спроса. Ценовая дискриминация и неценовые факторы конкуренции. Неэффективность несовершенной конкуренции.

Экономические риски и неопределенность

Симметричная и асимметричная информация. Неопределенность. Отрицательная селекция (неблагоприятный отбор). Риск, моральный риск. Теория ожидаемой полезности. Страхование. Нестраховые риски.

Рыночное равновесие: по Вальрасу и по Маршаллу. Частичное равновесие. Общее равновесие. Оптимум по Парето.

Внешние эффекты

Частные, внешние и социальные издержки. Внешний эффект (экстерналия). Неопределенность прав собственности и внешние эффекты. Проблема внешних эффектов. Интернализация. Теорема Коуза-Стиглера.

Макроэкономика

Общественное воспроизводство

Сущность и многогранность общественного воспроизводства. Структура общественного воспроизводства. Типы, критерии и показатели расширенного воспроизводства. Эффективность национальной экономики.

Макроэкономические показатели: валовой внутренний продукт, личный располагаемый доход, конечное потребление, модели потребления, сбережения, инвестиции

Система национальных счетов и ее показатели. Макроэкономические показатели: валовой внутренний продукт; валовой национальный продукт. Методы измерения валового внутреннего продукта. Соотношение показателей в системе национальных счетов. Модели потребления, сбережения, инвестиции. Инвестиционный климат и инвестиционный потенциал.

Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS), мультипликатор автономных расходов

Совокупный спрос и его факторы. Неценовые факторы совокупного спроса. Совокупное предложение и его факторы. Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS).

Шоки спроса и предложения. Классическая теория занятости и объема выпуска. Средняя и предельная склонность к потреблению и сбережению. Мультипликатор автономных расходов. Принцип акселерации.

Адаптивные и рациональные ожидания

Сущность, виды и типы безработицы. Классическая концепция безработицы. Кейнсианская концепция безработицы. Естественный уровень безработицы. Социально-

экономические последствия безработицы. Закон А. Оукена. Государственные мероприятия по регулированию занятости.

Факторы, причины, механизм инфляции. Монетарные факторы инфляции. Немонетарные факторы инфляции. Социально-экономические последствия инфляции. Инфляция и безработица. Кратко- и долгосрочные меры борьбы с инфляцией.

Национальное богатство, отраслевая и секторальная структуры национальной экономики, межотраслевой баланс, теневая экономика

Национальное богатство, отраслевая и секторальная структуры национальной экономики, межотраслевой баланс, теневая экономика

Объекты, цели, инструменты и методы регулирования экономики. Государственный сектор экономики. Государственное регулирование социальной сферы. Роль и место, границы и тенденции развития государственного сектора в российской экономике.

Денежное обращение, сеньораж, количественная теория денег, классическая дихотомия

Денежное обращение. Классическая школа политической экономии о спросе на деньги. Спрос на деньги в кейнсианской модели. Количественная теория о спросе на деньги. Центральный банк и предложение денег. Агрегаты денежной массы. Равновесие на денежном рынке.

Сущность кредитно-банковской системы. Структура банковской системы. Функции Центрального банка. Основные операции и роль коммерческих банков в рыночной экономике. Механизм создания денег системой коммерческих банков. Денежная база, денежный (кредитный) мультипликатор и предложение денег.

Цели и задачи денежно-кредитной (монетарной) политики. Основные инструменты монетарной политики: операции с государственными ценными бумагами на открытом рынке; регулирование ставки рефинансирования; изменение нормы обязательных резервов. Политика «дорогих» и «дешевых» денег. Особенности монетарной политики в современной экономике России.

Государственный бюджет, его дефицит и профицит, пропорциональный налог, прямые и косвенные налоги, чистые налоги

Финансовая система и принципы ее построения. Государственный бюджет. Налогообложение и государственные расходы. Сущность, функции и виды налогов. Налогообложение и равновесный объем выпуска. Налоговый мультипликатор. Сущность, структура и функции государственных расходов. Влияние государственных расходов на выпуск продукции. Мультипликатор государственных расходов. Мультипликатор сбалансированного бюджета.

Бюджетный дефицит и профицит. Способы покрытия дефицита бюджета и пути минимизации государственного долга. Сеньораж. Эффект вытеснения частных инвестиций и эффект «вымывания» основного капитала. Кривая А. Лаффера.

Налогообложение и государственные расходы в отечественной экономике. Налогово-бюджетная политика в современной экономике России.

Макроэкономическое равновесие и реальная процентная ставка (модель IS-LM): сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства

Макроэкономическое равновесие и реальная процентная ставка. Модель IS-LM. Взаимодействие рынка благ и денежного рынка. Последствия сдвига линии IS. Последствия сдвига линии LM. Попадание экономики в ликвидную и инвестиционную ловушки.

Фискальная политика как составная часть экономической политики государства. Типы фискальной политики: дискреционная и автоматическая.

Дискреционная фискальная политика. Влияние налогов на потребление и сбережения. Влияние государственных расходов на производство. Мультипликационные эффекты налогов и государственных расходов. Основные инструменты дискреционной фискальной политики.

Политика встроенных стабилизаторов или автоматическая фискальная политика. Эффективность фискальной политики.

Сущность и типы социальной политики государства. Измерение степени неравенства в доходах: кривая Лоренца, коэффициент Джини, децильный и квинтовый коэффициенты. Объективная неизбежность неравенства и противоречивость его оценок.

Стабилизационная политика; технологические уклады и "длинные волны"; теории экономического роста и экономического цикла

Экономический рост: понятие, типы и показатели.

Теории экономического цикла и роста. Классическая модель экономического роста. Производственная функция Кобба-Дугласа.

Кейнсианская модель экономического роста. Модель Харрода-Домара. Условия обеспечения экономического роста.

Экономический рост и структурные сдвиги в национальной экономике России.

Характеристики цикла: виды, причины, время протекания, частота повторения, динамические параметры. Особенности циклического развития российской экономики.

Теоретические основы международной экономики

Понятия мирового рынка и мирового хозяйства. Международное разделение труда как предпосылка формирования и развития мирового рынка. Интернационализация общественного производства как основа формирования мирового хозяйства.

Основные формы мирохозяйственных связей: мировая торговля, вывоз капитала, международное движение трудовых ресурсов. Закрытая и открытая экономика.

Валютные системы и валютный курс

Валютные системы: национальная и мировая. Этапы становления и развития валютной системы. Факторы, влияющие на валютный курс. Валютный рынок: плавающие и фиксированные валютные курсы.

Валютный и торговый баланс: общее представление.

Маркетинг

Концепции управления маркетингом

Основные понятия и категории маркетинга: нужда, потребность, сделка, обмен, товар, рынок и другие.

Исторические этапы эволюции концепции маркетинга (концентрация производства, кризис перепроизводства, маркетинговая концепция управления, система глобального маркетинга).

Основные концепции управления маркетингом на предприятии: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга.

Причины возникновения концепции социально-этического маркетинга. Пирамида социально-этического маркетинга.

Сегментирование рынка

Понятие сегментирования рынка, цель и необходимость сегментирования рынка. Условия и принципы сегментирования рынка. Способы сегментирования рынка.

Массовый маркетинг. Товарно-дифференцированный маркетинг. Целевой маркетинг. Основные мероприятия целевого маркетинга: сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные этапы сегментирования рынка: выбор критериев и признаков сегментирования рынка, выбор метода сегментирования, позиционирование товара, разработка комплекса маркетинга.

Отечественная практика компаний по сегментированию рынка в России.

Метод матриц

Использование метода матриц при стратегическом анализе маркетинговой ситуации и при стратегическом планировании маркетинга. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Матрица И. Ансоффа «Товар-рынок». Матрица конкуренции М. Портера. Движущие силы конкуренции на рынке: конкуренция внутренней отрасли, товары-новинки, потребители, поставщики, товары-заменители.

Конкурентные стратегии, их преимущества и недостатки. Стратегия лидерства в области затрат, стратегия дифференциации, стратегия концентрации на рынке.

Механизм реализации конкурентных стратегий.

Модель покупательского поведения потребителей

Значение исследований покупательского поведения. Модель покупательского поведения потребителей. Побудительные факторы, «черный ящик» сознания покупателя, ответная реакция на побудительные факторы маркетинга. Основные характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Классификация покупателей. Теория человеческой мотивации З. Фрейда и А. Маслоу.

Потребительские рынки. Емкость рынка

Виды клиентурных рынков. Рынок товаров широкого потребления. Рынки предприятий: товаров промышленного назначения, промежуточных продавцов, государственных учреждений, международный рынок.

Классификация товарных рынков. Емкость рынка. Потенциальная и реальная емкость рынка. Рыночная ниша. Конъюнктура рынка. Комплексное изучение конъюнктуры рынка. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка. Формирование спроса и предложения. Прогнозирование спроса.

Товарная политика предприятия

Товарная политика – стратегия управления товаром. Формирование товарного ассортимента. Рыночная атрибутика товара. Марка и марочная политика. Упаковка. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара. Управление ассортиментом. Оценка конкурентоспособности товара.

Разработка ценовой политики

Ценообразование в качестве одного из основных направлений в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Факторы ценообразования и ценовая политика. Ценообразование на различных типах рынка. Основные этапы и методы расчета цен. Разработка стратегии ценообразования. Рыночная корректировка цен. Формы государственного регулирования свободы ценообразования. Виды скидок и условия их применения.

Сбытовая политика предприятия

Сбытовая политика предприятия как элемент комплекса маркетинга. Основные цели и задачи сбыта. Структура канала сбыта. Прямой и косвенный сбыт. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные маркетинговые системы. Многоканальные маркетинговые системы.

Выбор оптимального канала сбыта.

Оптовая и розничная торговля. Виды оптовых торговых предприятий. Виды розничных торговых предприятий. Дилеры и дистрибьюторы.

Организация системы товародвижения. Основные элементы системы товародвижения. Основные виды транспорта. Оптимизация складного хозяйства. Логические принципы оптимизации товародвижения.

Формирование спроса и стимулирование сбыта

Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей. Основные виды рекламных обращений. Средства рекламы. Методы оценки эффективности рекламы. Формирование рекламного бюджета. Система

ФОСТИСС – формирование спроса на товар и стимулирование сбыта. Средства стимулирования сбыта.

Пропаганда как средство маркетинговых коммуникаций. Личная продажа как средство маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшенз (связи с общественностью). Средства и задачи паблик рилейшенз.

Организация маркетинговой деятельности предприятия

Управление маркетингом на предприятии. Информационное и коммуникационное управление маркетингом на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга на предприятии. Функциональная, рыночная, товарная, товарно-рыночная организация службы маркетинга. Формы маркетинговой деятельности. Особенности работы маркетингового подразделения, его значение для повышения результатов деятельности предприятия.

Международный маркетинг

Изучение среды международного маркетинга. Методы выхода на зарубежный рынок, основные преимущества и недостатки. Международный маркетинг – микс. Особенности рекламы на международном рынке.

Учебно-методическое обеспечение экзамена

А. Основная литература

1. Багиев, Г.А. Маркетинг: учебник для вузов / Багиев Г.А., Тарасевич В.М., Анн Х. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2007.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2008.
3. Курс экономической теории: учебник / под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.Г. – Киров: «АСА», 2008.
4. Макроэкономика: теория и российская практика: учебник / под ред. А.Г. Грязновой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008.
5. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов / Р.М. Нуриев. – 2-е изд., изм. – М.: НОРМА, 2009.
6. Экономическая теория. Микроэкономика – 1,2. Мезоэкономика: учебник / под ред. Г.П. Журавлевой.– М.: Дашков и К°, 2006.

Б. Дополнительная литература

1. Белокрылова О.С. Теория переходной экономики. – М., 2002.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. – СПб.: Экономическая школа, 1999.
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга. - М., 1998.
4. Гребенников П.И., Леусский А.И., Тарасевич Л.С. Микроэкономика. - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2000.
5. Дейли Д.Л. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества. – М.: Вильямс, 2004.
6. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2000.
7. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учебное пособие / под ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича. – М.: Дело и Сервис, 2001.

8. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы, политика. В 2-х томах. – М., 2001.
9. Маркетинг: учебное пособие / под ред. Титова Н.Е., Ю.П. Кожаев. - М.: Владос, 2003.
10. Микроэкономика: Теория и российская практика: учебник / под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. - М.: ИТД «КноРус», 2002.
11. Нэреш К. Малхотра. Маркетинговые исследования. - М.: Вильямс, 2002.
12. Носова С.С. Экономическая теория: учебник для вузов. – М.: Владос, 2000.
13. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. - М.: Экономика, 1992.
14. Практическое пособие к семинарским занятиям по экономической теории / под ред. В.Д. Камаева. – М.: Владос, 2001.
15. Предпринимательство: учебник для вузов / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999.
16. Райхлин Э. Основы экономической теории. Микроэкономическая теория рынков продукции. - М.: Наука, 1995.
17. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория: учебник для вузов. – М.: Норма, 2001.
18. Самуэльсон П. Экономика. – М., 2001.
19. Тарануха Ю.В., Земляков Д.Н. Микроэкономика: учебник / под общ. ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича. – М.: Дело и Сервис, 2002.
20. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. - М.: Дело Лтд., 1993.
21. Хейне П. Экономический образ мышления. - М.: Новости, 1991.
22. Экономическая теория: полит. экономия: учебник в 2-х ч. / под ред. И.К. Ларионова и др. – М.: Дашков и К°, 2005.
23. Экономическая теория: учебник для вузов / под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2003.

Примерные вопросы к экзамену

Дисциплина «Микроэкономика»

1. Кривая производственных возможностей, альтернативные издержки.
2. Причины неэффективности государства.
3. Принцип убывающей предельной полезности.
4. Рыночный спрос, закон спроса, функция спроса, кривая спроса.
5. Рыночное предложение, закон предложения, функция предложения, кривая предложения.
6. Рыночное равновесие: статическое и динамическое.
7. Эластичность предложения.
8. Производственная функция: производственный выбор в краткосрочном периоде и в долгосрочном периоде.
9. Спрос на ресурс в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
10. Равновесие на рынке труда.
11. Основной и оборотный капитал.
12. Рынок совершенной конкуренции
13. Рыночная власть, степень рыночной власти (коэффициент Лернера).
14. Естественная монополия.
15. Монополистическая конкуренция.
16. Кривые совокупных, средних и предельных издержек: в долгосрочном и краткосрочном периодах.
17. Некооперативные и кооперативные стратегии (олигополия).
18. Неэффективность несовершенной конкуренции.
19. Рыночное равновесие: по Вальрасу и по Маршаллу.
20. Внешний эффект (экстерналия).

Дисциплина «Макроэкономика»

1. Система национальных счетов и ее показатели.
2. Совокупный спрос и его факторы.
3. Совокупное предложение и его факторы.
4. Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS).
5. Мультипликатор автономных расходов.
6. Сущность, виды и типы безработицы.
7. Социально-экономические последствия безработицы.
8. Монетарная и воспроизводственная теории инфляции.
9. Объекты, цели, инструменты и методы регулирования экономики.
10. Равновесие на денежном рынке.
11. Сущность кредитно-банковской системы.
12. Основные инструменты монетарной политики
13. Мультипликатор государственных расходов.
14. Налогово-бюджетная политика в современной экономике России.
15. Модель IS-LM.
16. Политика встроенных стабилизаторов или автоматическая фискальная политика.
17. Измерение степени неравенства в доходах
18. Экономический рост: понятие, типы и показатели.
19. Закрытая и открытая экономика.
20. Валютный и торговый баланс: общее представление.

Дисциплина «Маркетинг»

1. Основные средства и категории маркетинга. Концепции управления маркетингом.
2. Критерии и признаки сегментирования рынка. Этапы сегментирования рынка.
3. Базовые стратегии роста фирмы.
4. Методы маркетинга: метод матриц. Матрица Портера.
5. Модели прогнозирования спроса. Метод сценариев. Экспертные методы прогнозирования.
6. Оценка конъюнктуры рынка.
7. Поиск рыночной ниши. Целевой рынок.
8. Классификация товаров.
9. Жизненный цикл товара.
10. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара.
11. Модель покупательского поведения покупателей.
12. Ценообразующие факторы: классификация и характеристика.
13. Разработка стратегии ценообразования. Ценообразование на разных типах рынков.
14. Главные понятия и задачи сбыта. Структура канала сбыта. Выбор оптимального канала сбыта.
15. Реклама. Основные виды рекламных обращений.
16. Виды организационных структур службы маркетинга на предприятии.
17. Стимулирование сбыта. Средства стимулирования сбыта.
18. Цели и методы проведения маркетинговых исследований.
19. Изучение среды международного маркетинга. Методы выхода на зарубежный рынок.
20. Маркетинговое понимание товара. Три уровня товара.