

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Новороссийский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Управленческая экономика

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность: Финансовый маркетинг

Программа подготовки: академическая

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Новороссийск 2021

Составитель: к.э.н., доцент Т.Г. Марцева

Рекомендованы решением кафедры «Экономика, финансы и менеджмент» протокол № 1 от 26.08.2021 г.

Методические рекомендации к составлены в соответствии с ОС ВО Финуниверситета по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Финансового университета при Правительстве РФ № 2325/о от 26 декабря 2017 года.

Изучение дисциплины должно способствовать развитию у обучающихся стремления к творческому мышлению, к овладению навыками самостоятельной работы современными информационными технологиями.

Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Введение	Современные концепции и принципы выработки управленческого решения	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала, подготовка к дискуссии по проблемным вопросам темы
1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы.	Нормативно-правовая база основания распределения полномочий и ответственности между участниками корпоративных отношений в выбранной студентом корпорации. Привести примеры организационного аспекта принятия корпоративных управленческих решений.	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подготовка к дискуссии по проблемным вопросам темы. Знакомство с аналитическими информационными и правовыми системами.
2. Спрос и предложение. Эластичность спроса	Используя открытые информационные источники (печатные издания, интернет-ресурсы) выбрать для анализа разработки и принятия управленческих решений действующую публичную корпорацию, входящую в Топ-100 крупнейших по капитализации публичных компаний России на последнюю отчетную дату по данным экспертов рейтингового агентства «РИА Рейтинг». Определить цели деятельности выбранной корпорации. Сформулировать ограничения для принятия решений в корпорации. Продемонстрировать взаимосвязь целей и управленческих решений на примере выбранной корпорации	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подготовка к дискуссии по проблемным вопросам темы
3. Теория и оценка	Предложить возможности	Подготовка к практическим

производства. Значение издержек в управленческих решениях.	использования структурного прогнозирования для принятия управленческих решений	занятиям, изучение нормативных документов, основной и дополнительной литературы Подготовка к дискуссии по проблемным вопросам темы. Использование аналитических информационных систем для поиска информации для выполнения практических исследовательских заданий.
4. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополия	Разработать проект оценки ожидаемого экономического эффекта от принятия решений, направленных на повышения качества политики ценообразования в компании	Подготовка к практическим занятиям, выступлений по проблемам использования теории рынков в принятии и обосновании управленческих решений в корпорациях
5. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования	Влияние ценовой дискриминации на цены на продукцию в конкретной компании.	Подготовка к практическим занятиям. Подготовка анализа финансового состояния корпорации с позиций принятия решений о ценах и объемах производства. Участие в НИРС
6. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска	Используя методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости сформировать управленческого решения для любой действующей публичной корпорации, входящей в Топ-100 крупнейших по капитализации публичных компаний России	Подготовка к практическим занятиям, выступлений по проблеме оценке инвестиционных проектов. Подготовка проекта экономического анализа эффективности намечаемого инвестиционного проекта
7. Глобализация и управление многонациональной корпорацией.	Рассчитать точку безубыточности для оценки риска действующей публичной корпорации, входящей в Топ-100 крупнейших по капитализации публичных компаний России	Подготовка к практическим занятиям, выступлений по проблеме экономического обоснования управленческих решений. Подготовка проекта «Международные корпорации и их роль в экономике глобального мира» Участие в НИРС

8. Проблемы правительственного вмешательства в рыночную экономику	Государственно-частное партнерство - форма развития отношений государства и бизнеса. Оценка перспектив ГЧП на основе стандартов и норм	Подготовка к практическим занятиям, выступлений по проблеме «Внешние эффекты рынка, связанные с выгодой и издержками, функция правительства в управлении ими»
--	--	---

Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Вопросы к контрольной работе

1. Институциональная природа фирмы. Виды фирм по типу построения внутренней структуры управления: обзорная классификация.
2. Вертикально и горизонтально интегрированные предприятия. Холдинговые формы управления диверсифицированными компаниями.
3. Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса. Прямая и обратная функции спроса. Детерминанты рыночного спроса.
4. Теория предельной полезности: кардиналистский (количественный) подход. Ординалистский (порядковый) подход к анализу полезности и спроса.
5. Понятие неопределенности и риска. Методы оценки риска: априори, апостериори.
6. Функция полезности и вероятности. Расчет предполагаемой стоимости инвестиционного проекта.
7. Риск и убывающая предельная полезность. Отношение к риску со стороны разных экономических агентов.
8. Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения. Прямая и обратная функции предложения. Детерминанты рыночного предложения.
9. Изменения объема предложения и изменения в предложении, их графическая интерпретация. Индивидуальное и рыночное предложение.
10. Эластичность спроса и предложения: понятие, виды эластичности, Методы измерения.
11. Взаимодействие спроса и предложения. Понятие избыточного спроса. Рыночное равновесие и тождественность нулю избыточного спроса. Равновесная цена. Алгебра рыночного равновесия в случае линейных кривых спроса и предложения.
12. Рыночное равновесие по Вальрасу и по Маршаллу. Сопоставление подходов.
13. Государственное регулирование товарного рынка: воздействие на рыночное равновесие потоварного (индивидуального акцизного) налога, потоварной дотации и фиксированного уровня цены.
14. Защита национального рынка от иностранной конкуренции. Воздействие импортных квот и тарифов на равновесие рынка благ.
15. Явные (внешние) и неявные (имплицитные) затраты производства. Альтернативные затраты. Экономическая и бухгалтерская прибыль.

16. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация удельных издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.

17. Текущие издержки производства в длительном периоде. Идентификация долгосрочных средних издержек: сплайн-кривая огибающая серию кривых краткосрочных средних издержек для разных уровней производственных мощностей.

18. Теории прибыли: обзорная классификация (компенсаторные и функциональные теории прибыли, теории монопольной прибыли и прибыли от рыночного дисбаланса (фрикционные), технологические и инновационные теории прибыли).

19. Функция прибыли и ее графическое выражение. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы. Изопрофитные линии.

20. Планирование и управление прибылью. Анализ безубыточности. Применение анализа безубыточности, операционный леввередж.

21. Система показателей, характеризующих размер фирмы. Определение контролируемой доли рынка: абсолютная и относительная доли рынка компании.

22. Отличные от контролируемой доли рынка показатели размера фирмы: величина добавленной стоимости, численность персонала, производственная мощность, активы компании.

23. Факторы и характеристики, определяющие структуру рынка: положительная отдача от масштаба, диверсификация деятельности фирмы, дифференциация продукта, вертикальная интеграция.

24. Влияние иностранной конкуренции на внутреннее ценообразование. Институциональные барьеры входа на рынок и выхода с него.

25. Спрос, средний и предельный доходы для конкурентной фирмы. Правило максимизации прибыли и выбор оптимального объема производства для фирмы совершенного конкурента в краткосрочном периоде. «Двухшаговая» процедура.

26. Теория совершенной конкуренции: условие первого порядка (необходимое) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде, условие второго порядка (достаточное) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде.

27. Равновесие совершенно конкурентного рынка (отрасли) в краткосрочном периоде.

28. Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции для долгосрочного периода.

29. Характерные черты «чистой» монополии: отсутствие совершенных субститутов, отсутствие свободы входа-выхода на рынок и наличие непреодолимых барьеров, абсолютная власть продавца, совершенная информированность рыночных субъектов.

30. Понятия экономической, административной и естественной

монополии.

31. Равновесие фирмы в условиях «чистой» монополии для короткого периода.

32. Монополистическая ценовая дискриминация: первой степени (совершенная ценовая дискриминация), второй степени, третьей степени.

33. Неопределенность (неоднозначность) кривой индивидуального спроса монополистически конкурентного предприятия. Модель монополистической конкуренции Чемберлина (традиционная).

34. Равновесие фирмы в условиях ценовой монополистической конкуренции для краткосрочного и для длительного периода.

35. Монополистическая конкуренция в пространстве. Краткая характеристика «адресных» моделей монополистической конкуренции: модель «линейного города» Хотеллинга, модель «города на окружности» Сэлопа.

36. Общие издержки монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция. Влияние маркетинговых расходов: затрат на товародвижение, формирование спроса, стимулирование сбыта, рекламу и пропаганду.

37. Характерные признаки олигополии: ограниченное число фирм, высокие барьеры для вступления в отрасль, всеобщая взаимозависимость и стратегическое поведение.

38. Нескоординированная количественная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель дуополии Курно.

39. Скоординированная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель картельного сговора.

40. Предложение производственных факторов: индивидуальная функция предложения капитала, индивидуальная функция предложения земли. Рыночное предложение факторов производства.

41. Равновесие на рынке факторов производства.

42. Типы отраслевой политики: по используемым методам, по выдвинутым целям.

43. Естественная монополия и методы ее регулирования.

44. Практика антитрестового законодательства и антимонопольного регулирования.

Пример контрольной работы

Задание № 1

Вопрос 1. Моделирование в теории принятия управленческих решений.

Вопрос 2. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.

Вопрос 3.

- *Открытый тест.*

«Разница между прибылью на суммарный капитал и стоимостью капитала называется ...». (экономической добавленной стоимостью).

- *Закрытый тест.*

Цена национальной валюты, выраженная в иностранной валюте - это:

1. хеджирование обменного курса;

2. транзакция;
3. валютный курс;
4. номинальный курс.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов к экзамену:

- 1 Предмет, содержание и задачи курса «Управленческая экономика».
- 2 Институциональная природа фирмы. Виды фирм по типу построения внутренней структуры управления: обзорная классификация.
- 3 Вертикально и горизонтально интегрированные предприятия. Холдинговые формы управления диверсифицированными компаниями.
- 4 Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса. Прямая и обратная функции спроса. Детерминанты рыночного спроса.
- 5 Изменения величины спроса и изменения в спросе, их графическая интерпретация. Индивидуальный и рыночный спрос.
- 6 Потребительский выбор и нефункциональный спрос. Виды нефункционального спроса.
- 7 Экономические потребности. Варианты классификаций потребностей.
- 8 Теория предельной полезности: кардиналистский (количественный) подход. Ординалистский (порядковый) подход к анализу полезности и спроса.
- 9 Индексы цен, номинального и реального дохода. Индексы цен и реального дохода. Их использование в оценке изменений благосостояния потребителя.
- 10 Понятие неопределенности и риска. Методы оценки риска: априори, апостериори.
- 11 Функция полезности и вероятности. Расчет предполагаемой стоимости инвестиционного проекта.
- 12 Риск и убывающая предельная полезность. Отношение к риску со стороны разных экономических агентов.
- 13 Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения. Прямая и обратная функции предложения. Детерминанты рыночного предложения.
- 14 Изменения объема предложения и изменения в предложении, их графическая интерпретация. Индивидуальное и рыночное предложение.
- 15 Эластичность спроса и предложения: понятие, виды эластичности,

Методы измерения.

16 Взаимодействие спроса и предложения. Понятие избыточного спроса. Рыночное равновесие и тождественность нулю избыточного спроса. Равновесная цена. Алгебра рыночного равновесия в случае линейных кривых спроса и предложения.

17 Рыночное равновесие по Вальрасу и по Маршаллу. Сопоставление подходов.

18 Государственное регулирование товарного рынка: воздействие на рыночное равновесие потоварного (индивидуального акцизного) налога, потоварной дотации и фиксированного уровня цены.

19 Влияние потоварного налога (акциза), потоварной дотации, фиксированного уровня цены на излишки потребителей и производителей.

20 Защита национального рынка от иностранной конкуренции. Воздействие импортных квот и тарифов на равновесие рынка благ.

21 Явные (внешние) и неявные (имплицитные) затраты производства. Альтернативные затраты. Экономическая и бухгалтерская прибыль.

22 Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация полных текущих издержек по критерию функциональной зависимости от объемов производства: общие постоянные, общие переменные и общие валовые издержки. Графическая интерпретация.

23 Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация удельных издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.

24 Текущие издержки производства в долгосрочном периоде. Идентификация долгосрочных средних издержек: сплайн-кривая огибающая 24 серию кривых краткосрочных средних издержек для разных уровней производственных мощностей.

25 Теории прибыли: обзорная классификация (компенсаторные и функциональные теории прибыли, теории монопольной прибыли и прибыли от рыночного дисбаланса (фрикционные), технологические и инновационные теории прибыли).

26 Функция прибыли и ее графическое выражение. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы. Изопрофитные линии.

27 Управление прибылью. Анализ безубыточности. Применение анализа безубыточности, операционный левверидж.

28 Система показателей, характеризующих размер фирмы. Определение контролируемой доли рынка: абсолютная и относительная доли рынка компании.

29 Показатели рыночной власти продавцов: общий обзор индексов и коэффициентов.

30 Факторы и характеристики, определяющие структуру рынка: положительная отдача от масштаба, диверсификация деятельности фирмы, дифференциация продукта, вертикальная интеграция.

31 Влияние иностранной конкуренции на внутреннее ценообразование. Институциональные барьеры входа на рынок и выхода с него.

32 Спрос, средний и предельный доходы для конкурентной фирмы. Правило максимизации прибыли и выбор оптимального объема производства для фирмы совершенного конкурента в краткосрочном периоде. «Двухшаговая» процедура.

33 Теория совершенной конкуренции: условие первого порядка (необходимое) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде, условие второго порядка (достаточное) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде. 34 Равновесие совершенно конкурентного рынка (отрасли) краткосрочном и долгосрочном периоде.

35 Долгосрочное равновесие совершенно конкурентной отрасли: случаи инерции в затратах, экономии и дезэкономии на масштабах производства.

36 Характерные черты «чистой» монополии: отсутствие совершенных субститутов, отсутствие свободы входа-выхода на рынок и наличие непреодолимых барьеров, абсолютная власть продавца, совершенная информированность рыночных субъектов.

37 Понятия экономической, административной и естественной монополии.

38 Равновесие фирмы в условиях «чистой» монополии для короткого периода.

39 Равновесие монополиста в длительном периоде. Случаи с одним и несколькими заводами.

40 Монополистическая ценовая дискриминация: первой степени (совершенная ценовая дискриминация), второй степени, третьей степени.

41 Основные характеристики монополистической конкуренции: принцип дифференциации продукта, неценовые факторы конкуренции, наличие входных барьеров при вступлении в отрасль. Механизм монополистической конкуренции.

42 Неопределенность (неоднозначность) кривой индивидуального спроса монополистически конкурентного предприятия. Модель монополистической конкуренции Чемберлина (традиционная).

43 Равновесие фирмы в условиях ценовой монополистической конкуренции для краткосрочного и для длительного периода.

44 Монополистическая конкуренция в пространстве. Краткая характеристика «адресных» моделей монополистической конкуренции: модель «линейного города» Хотеллинга, модель «города на окружности» Сэлопа.

45 Общественные издержки монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция. Влияние маркетинговых расходов: затрат на товародвижение, формирование проса, стимулирование сбыта, рекламу и пропаганду.

46 Характерные признаки олигополии: ограниченное число фирм, высокие барьеры для вступления в отрасль, всеобщая взаимозависимость и стратегическое поведение.

47 Нескоординированная количественная олигополия: обзорная

классификация моделей. Модель дуополии Курно.

48 Скоординированная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель картельного сговора.

49 Предложение производственных факторов: индивидуальная функция предложения капитала, индивидуальная функция предложения земли. Рыночное предложение факторов производства.

50 Типы отраслевой политики: по используемым методам, по выдвинутым целям.

51 Естественная монополия и методы ее регулирования.

52 Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.

53 Практика антитрестовского законодательства и антимонопольного регулирования.

Тестовые задания

1. Факторами внешней среды фирмы являются:

- 1) поставщики;
- 2) потребители;
- 3) контактные аудитории;
- 4) конкуренты.

1) Маржинальный (предельный доход) – это регулярное пополнение бюджета экономического субъекта, измеренное деньгами;

2) изменение совокупного дохода в результате изменения выпуска продукции на одну единицу;

- 3) экономическая выгода;
- 4) размер увеличения прибыли в результате роста объемов;
- 5) максимальная прибыль.

3. Экономическая добавленная стоимость - это

2) совокупный доход минус совокупные экономические издержки;

3) разница между прибылью на суммарный капитал и стоимостью капитала;

4) сверхнормальная прибыль.

4. Цена национальной валюты, выраженная в иностранной валюте

- 1) хеджирование обменного курса;
- 2) транзакция;
- 3) валютный курс;
- 4) номинальный курс.

Кейсовое задание

Группа ПАО «СТА» на внутреннем рынке представлена десятками компаний, юридических лиц (кейсы 2.13 - 2.16, рис.1). В условиях сокращения спроса обострились финансовые проблемы группы компаний, снизились показатели ликвидности, рентабельности.

С целью оптимизации затрат принято решение избавиться от непрофильных активов, непосредственно не связанных с основным бизнесом, продав отдельные компании (или долю в них). Разработайте предложения по изменению структуры группы компаний. Приведите обоснование.

Какие альтернативы возможны при продаже компании (или доли в ее уставном капитале)? С какими инвесторами вести переговоры? О чем? Привлекать ли финансовых (инвестиционных) посредников для продажи? На 28 каких условиях? Как использовать средства от реализации непрофильных активов? Куда направлять? Приоритеты?

Для преодоления убытков - какие меры организационного характера необходимо предпринять? Какие постоянные или временные подразделения создать? С какими функциями? Какие распорядительные документы подготовить и принять? Положения этих документов? Проработайте эти вопросы с позиций топ-менеджмента.

Как организовать управление финансами в целом по корпорации? Полностью централизовать; полностью децентрализовать; централизовать частично? Приведите примеры. Подготовьте обоснование по избранному Вами варианту. Как организовать управление на уровне дивизиона, по направлениям деятельности. Разработайте предложения, обоснование.

Принятая ранее линейно-функциональная структура управления в современных условиях показала свою неэффективность. Переход к дивизиональной структуре управления за три года не дал ожидаемого эффекта. Необходимо разработать новую структуру управления, позволяющую результативно управлять деятельностью всех компаний группы компаний «по продуктам», «по территориям», «по проектам», в комплексе. Предложите структуру управления компанией в целом, ее стратегическими бизнес единицами, юридическими лицами, филиалами. Представьте схемы и обоснование.

Какую стратегию развития принять для группы компаний в целом? Как обеспечить преемственность стратегий развития в каждом из дочерних предприятий? Приведите примеры для разных дочерних компаний. Какие функциональные стратегии целесообразно разрабатывать и реализовывать на уровне дивизионов корпорации? Составьте «портфель» функциональных стратегий. Приведите обоснование.