

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۱۰

۱- تفاوت "سازمان صنعتی" و "اقتصاد صنعتی" از دیدگاه فرگوسن چیست؟

۱. سازمان صنعتی به نهاد ها توجه دارد اما اقتصاد صنعتی ، اقتصاد را مورد تاکید قرار می دهد.
۲. اقتصاد صنعتی به نهاد ها توجه دارد اما سازمان صنعتی ، اقتصاد را مورد تاکید قرار می دهد.
۳. اقتصاد صنعتی به ساختار صنایع توجه دارد اما سازمان صنعتی ضمن بررسی ساختار صنایع به تحول صنایع در سطح بنگاه و در سطح صنعت نیز توجه دارد .
۴. سازمان صنعتی به ساختار صنایع توجه دارد اما اقتصاد صنعتی ضمن بررسی ساختار صنایع به تحول صنایع در سطح بنگاه و در سطح صنعت نیز توجه دارد .

۲- کدامیک از موارد ذیل جزء اهداف اقتصاد صنعتی نیست؟

۱. شناسایی قدرت انحصاری
۲. تشخیص علت بوجود آمدن قدرت انحصاری
۳. تنظیم قواعدی برای میزان تولید و اشتغال بنگاه ها
۴. تنظیم قواعد سیاستگذاری در برخورد با قدرت انحصاری

۳- کدامیک از گزینه ها صحیح است؟

۱. اقتصاد خرد مبتنی بر جنبه دستوری بودن اقتصاد است.
۲. در اقتصاد صنعتی رقابت قیمتی بیشتر مورد توجه است.
۳. اقتصاد صنعتی بر استحکام و زیبایی نظریه تاکید دارد.
۴. تمرکز اقتصاد خرد بر ساختارهای ساده بازار است.

۴- کدامیک از موارد زیر جزء ساختار بازار نمی باشد؟

۱. تمرکز خریداران
۲. تمایز کالا
۳. تبلیغات
۴. شرایط ورود

۵- عدالت در توزیع جزء کدامیک از عناصر است؟

۱. ساختار بازار
۲. رفتار بنگاه ها در بازار
۳. ساختار و رفتار بازار
۴. عملکرد بازار

۶- کدامیک از مکاتب به دخالت دولت در بازار تاکید دارد؟

۱. مکتب ساختار گرایان
۲. مکتب رفتارگرایی
۳. مکتب شیکاگو
۴. مکتب ورود

۷- کدام یک از انواع هزینه ها به منحنی مقیاس معروف است؟

۱. هزینه نهایی
۲. هزینه نهایی بلند مدت
۳. هزینه متوسط
۴. هزینه متوسط بلند مدت

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۰

۸- کدام یک از گزینه های زیر از نکات مطرح در استفاده از کشش متقاطع تقاضا در تعیین حدود بازار محسوب می شود؟

۱. اندازگیری کشش متقاطع تقاضا اصولا امکانپذیر نیست
۲. دوره زمانی در میزان آن تاثیر دارد.
۳. در بازار هایی که سهم کالاها ناچیز است است کشش جانشینی دارای کاربرد بسیار زیاد است
۴. ارزیابی قابلیت جانشینی کالاها باید در سطح قیمتهای انحصاری صورت پذیرد

۹- هر چه کشش متقاطع عرضه بیشتر باشد

۱. بازار به طور وسیع تری تعریف خواهد شد.
۲. توانایی بنگاه در تغییر عرضه خود پس از تغییر قیمت بنگاه دیگر ، کمتر خواهد بود.
۳. بازار به طور محدود تری تعریف خواهد شد.
۴. کشش متقاطع تقاضا ی بازار را محدودتر خواهد نمود.

۱۰- جوهر رقابت در تمامی بازارهای رقابتی:

۱. بر ایستایی رقابت تاکید دارد.
۲. بر پویایی رقابت تاکید دارد.
۳. بر فشار متقابل از طرف رقبا بر یکدیگر تاکید دارد که موجب عملکرد بهتر آنها می شود.
۴. تعداد بنگاهها را مورد تاکید قرار می دهد.

۱۱- ژوزف شومپیتر معتقد است که :

۱. انحصار بخش ضروری و جدایی نا پذیر از فرآیند رقابت است.
۲. انحصار یک فرآیند خود مخرب است.
۳. انحصار همیشه عامل اخلاص کننده در تخصیص منابع است.
۴. شرکتهایی که تلاش می نمایند، صاحب قدرت بازاری نخواهند شد.

۱۲- بر اساس رابطه دورفمن - اشتاینر ، در صورتیکه ارزش فروش محصولات برابر ۲۰۰ ، کشش تبلیغاتی تقاضا برابر ۰/۲ و کشش قیمتی تقاضا برابر واحد باشد ، در آن صورت مخارج تبلیغات و شدت تبلیغات به ترتیب عبارتست از :

۰/۲ و ۲۰۰

۰/۳ و ۲۰۰

۰/۲ و ۴۰

۵ و ۱۰۰۰

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۱۰

۱۳- در رقابت خالص کدامیک از ویژگی های رقابت کامل در نظر گرفته نمی شود؟

۱. کارگزاران دارای اطلاعات کافی راجع به شرایط فعلی و آینده هستند.
۲. کارگزاران دارای رفتار عقلایی هستند.
۳. ترجیحات، فناوری و شرایط محیطی ثابت دارند.
۴. وابستگی غیر بازاری بین مصرف کنندگان و تولید کنندگان وجود ندارد.

۱۴- کدامیک از موارد ذیل جزء عملکرد و نتایج واقع شده فعالیت بازار رقابتی محسوب می شود؟

۱. وجود پیشرفت فنی زیاد در بنگاه های کوچک
۲. برقراری عدالت به طور صحیح
۳. وجود ناکارایی در بازار
۴. شکست بازار در لحاظ آثار خارجی و کالاهای عمومی

۱۵- کدامیک از گزینه ها با بازارهای واقعی سازگار نیست؟

۱. صرفه های مقیاس کم، تمرکز زیاد و تفاوت کالا کم
۲. صرفه های مقیاس زیاد، تمرکز زیاد و تفاوت کالا زیاد
۳. صرفه های مقیاس کم، تمرکز کم و تفاوت کالا کم
۴. صرفه های مقیاس کم، تمرکز کم و تفاوت کالا زیاد

۱۶- کدام مجموعه از ویژگی ها به بازار رقابت انحصاری اشاره دارد؟

۱. صرفه ها مقیاس کم، تمرکز زیاد و تفاوت کالا کم
۲. صرفه ها مقیاس زیاد، تمرکز زیاد و تفاوت کالا زیاد
۳. صرفه ها مقیاس کم، تمرکز کم و تفاوت کالا کم
۴. صرفه ها مقیاس کم، تمرکز کم و تفاوت کالا زیاد

۱۷- اگر سطح تولید در MES ، نسبت به میزان تقاضای بازار ناچیز باشد در آن صورت بازار است.

۱. انحصار طبیعی
۲. رقابت طبیعی
۳. دارای ساختار نامشخص
۴. انحصار خالص

۱۸- کدامیک از موارد ذیل بر دلایل بروز صرفه های مقیاس دلالت ندارد؟

۱. تخصیص و تقسیم کار
۲. تفکیک ناپذیری
۳. تغییر مقدار عوامل تولیدی
۴. قوانین فیزیکی

۱۹- کدامیک از گزینه های زیر معیار مناسبی برای صرفه های مقیاس است؟

۱. نسبت هزینه نهایی به هزینه متوسط
۲. نسبت هزینه متوسط به هزینه نهایی
۳. نسبت هزینه ثابت به هزینه کل
۴. نسبت هزینه کل به هزینه ثابت

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۱۰

۲۰- اگر بنگاهی به ۴۵۰ واحد نهاده در طول سال نیاز داشته باشد و هزینه حمل نهاده (C) به صورت $C = 10 + 0.2D$ و هزینه نگهداری هر واحد نهاده معادل ۰/۱ واحد پولی باشد بنگاه در هر بار خرید چه میزان نهاده خریداری می نماید؟ (D میزان نهاده در هر بار خرید)

۱. ۲۰۰ ۲. ۸۰۰ ۳. ۳۰۰ ۴. ۴۰۰

۲۱- بر اساس مطالعه لیبرمن، شیب منحنی یادگیری متاثر از کدام عامل نمی باشد؟

۱. شدت تحقیق و توسعه
۲. میزان سرمایه بری
۳. تخصص نیروی کار
۴. نوع محصول

۲۲- اگر تابع هزینه تولید مشترک دو کالای q_1 و q_2 به صورت $C(q_1, q_2) = 50 + q_1 + 2q_2$ باشد با فرض $q_1 = 20$ و $q_2 = 15$ صرفه های مقیاس در حالت عمومی برابر است با:

۱. بزرگتر از یک ۲. کوچکتر از یک ۳. یک ۴. صفر

۲۳- اگر تابع هزینه تولید مشترک دو کالای q_1 و q_2 به صورت $C(q_1, q_2) = 50 + q_1 + 2q_2$ باشد. صرفه های مقیاس ویژه مربوط به کدام محصول است؟

۱. q_1, q_2
۲. q_1
۳. q_2
۴. از صرفه های مقیاس ویژه برخوردار نیستند.

۲۴- شاخص تمرکز "معکوس تعداد بنگاههای بازار" کدام مجموعه از اصول متعارف چهارگانه را رعایت می نماید؟

۱. اصل رده بندی منحنی تمرکز و انتقال
۲. اصل انتقال و ادغام
۳. اصل ورود و انتقال
۴. اصل ورود و ادغام

۲۵- اگر ضریب تغییرات سهم بنگاه ها در بازار برابر ۲ و تعداد بنگاهها در بازار ۱۰ باشد، شاخص هرفیندال هیرشمن برابر است با:

۱. ۲ ۲. ۱ ۳. ۰/۵ ۴. صفر

۲۶- اگر مقدار آنتروپی واقعی در بازار برابر یک و حداکثر مقدار شاخص آنتروپی در این بازار (LnN) برابر ۳ باشد، اندازه تمرکز عبارتست از:

۱. $\frac{1}{3}$ ۲. $\frac{2}{3}$ ۳. ۲ ۴. ۳

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۰

۲۷- در خصوص ضریب جینی به عنوان شاخص تمرکز کدام گزینه صحیح است؟

۱. ضریب جینی فقط به تعدادی از بنگاههای فعال در بازار توجه دارد.
۲. ضریب جینی به سهم بنگاههای کوچک بیشتر حساس است.
۳. ضریب جینی با اصل انتقال سازگار است.
۴. ضریب جینی به پراکندگی سهم بنگاه ها حساس نیست.

۲۸- بر اساس منحنی تمرکز یکسان، در یک سطح معین از تعداد بنگاه ها، با افزایش پراکندگی سهم بنگاه ها در یک صنعت، میزان تمرکز در کدام شاخص بیشتر نشان داده می شود؟

۱. E ۲. CR ۳. H ۴. G

۲۹- در خصوص علل تغییرات تمرکز، نظریه برداشت دترمینیستیکی (صرفه های مقیاس و تغییرات فناوری)، کدام گزینه صحیح است؟

۱. این نظریه صرفاً ناظر بر شرایط عرضه و تقاضاست و نابرابری در توزیع بازار بین بنگاه ها را در نظر نمی گیرد.
۲. این نظریه به سطح تولید بهینه بدون توجه به اندازه بازار تاکید دارد.
۳. این نظریه بدون توجه به سطح بهینه، اندازه بازار را مورد تاکید قرار می دهد.
۴. این نظریه ناظر بر کوتاه مدت است.

۳۰- کدام یک از عوامل زیر از نظر بن جزء موانع ورود نیست؟

۱. مزیت مطلق هزینه ای
۲. صرفه های مقیاس
۳. مزیت تفاوت کالا
۴. مقررات دولتی

۳۱- کدام یک از عوامل زیر جزء عوامل درون زا در ایجاد موانع ورود است؟

۱. تفاوت کالا
۲. ظرفیت مازاد
۳. صرفه های مقیاس
۴. ضرورت انجام تحقیق و توسعه

۳۲- ویلیامسون برای تشخیص قیمت گذاری تهاجمی از قیمت گذاری رقابتی، پس از ورود بنگاه های جدید بر بازار تاکید دارد.

۱. به افزایش تولید توسط بنگاههای جدید
۲. به افزایش تولید توسط بنگاههای قدیمی
۳. به کاهش تولید توسط بنگاههای قدیمی
۴. به افزایش تولید توسط بنگاههای جدید

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۰

۳۳- در شرایط ورود غیر ممکن،.....

۱. حداکثر قیمت مانع ورود برابر با قیمت انحصاری است.
۲. حداکثر قیمت مانع ورود بیشتر از قیمت انحصاری است.
۳. حداکثر قیمت مانع ورود کمتر از قیمت انحصاری است.
۴. حداکثر قیمت مانع ورود برابر با قیمت رقابتی است.

۳۴- اگر قیمت در سطح رقابتی برابر با ۶۰ واحد پولی، کشش قیمتی تقاضا برابر واحد و حداقل تولید بهینه و رقابتی به ترتیب برابر با ۱۰ و ۵۰ باشند، قیمت حدی برابر است با:

۱. ۶۲
۲. ۶۸
۳. ۷۲
۴. ۷۵

۳۵- بر اساس اصل سیلاس.....

۱. تازه واردان انتظار دارند پس از ورودشان به بازار بنگاههای قدیمی سطح تولید خود را افزایش دهند.
۲. تازه واردان انتظار دارند پس از ورودشان به بازار بنگاههای قدیمی سطح تولید خود را تغییر ندهند.
۳. تازه واردان انتظار دارند پس از ورودشان به بازار بنگاههای قدیمی سطح قیمت خود را افزایش دهند.
۴. تازه واردان انتظار دارند پس از ورودشان به بازار بنگاههای قدیمی سطح قیمت خود را کاهش دهند.

۳۶- قدرت بازاری عبارتست از توانایی بنگاه در تثبیت.....

۱. سود بالا به طوریکه سهم بنگاه در بازار کاهش نیابد.
۲. قیمت بالاتر از هزینه نهایی به طوریکه سهم بنگاه در بازار کاهش نیابد.
۳. قیمت بالاتر از هزینه متوسط به طوریکه سهم بنگاه در بازار کاهش نیابد.
۴. سهم بالا در بازار به طوریکه سود بنگاه در بازار کاهش نیابد.

۳۷- در صورتیکه کشش قیمتی تقاضا ۴ باشد شاخص لرنر برابر خواهد بود با:

۱. ۰/۵
۲. ۰/۲۵
۳. ۰/۳
۴. ۰/۴

۳۸- در صورتیکه کشش قیمتی تقاضا برای بنگاه و بازار به ترتیب برابر با ۴ و ۲ باشد شاخص رانچاید برابر است با:

۱. ۴
۲. ۲
۳. ۰/۲۵
۴. ۰/۵

۳۹- در صورتیکه تابع تقاضا و هزینه نهایی به ترتیب به صورت $P = 10 - Q$ و $MC = 4 + Q$ باشد شاخص لرنر برابر خواهد بود با:

۱. ۲
۲. ۱
۳. ۰/۲۵
۴. ۰/۵

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۹۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اقتصاد صنعتی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم اقتصادی (اقتصاد نظری)، علوم اقتصادی (نظری) چندبخشی ۱۲۲۱۱۰

۴۰- پورتر معتقد است که:

۱. تبلیغات در خصوص کالای بی دوام موثر ولی در خصوص کالای با دوام کم اثر است.
۲. تبلیغات در خصوص کالای بادوام موثر ولی در خصوص کالای بی دوام کم اثر است.
۳. تبلیغات در خصوص هر دوی کالاهای بادوام و بی دوام موثر است.
۴. تبلیغات در خصوص هر دوی کالاهای بادوام و بی دوام موثر نیست.

WWW.PNUNA.COM