

Chapitre 2 : Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

Corrigés



Page 66 - Vérifier ses connaissances

1) Dites si les affirmations suivantes sont vraies ou fausses.

1/ Un monopole a une totale liberté de fixation du prix de ses produits.

Vrai

Faux

2/ Les autorités de la concurrence s'attachent à limiter les barrières à l'entrée sur les marchés.

Vrai

Faux

3/ Le pouvoir de marché d'un oligopole est plus important que celui d'un duopole.

Vrai

Faux

Nom : _____

Classe : _____

4/ À long terme, la rente du monopoleur peut disparaître.

Vrai

Faux

5/ La différenciation des produits rend le marché plus atomistique.

Vrai

Faux

2) Indiquez la ou les bonnes réponses.

1/ Un cartel perdure car :

a- les entreprises s'entendent pour se partager le marché.

b- les entreprises restreignent les quantités produites.

c- les entreprises s'entendent pour fixer les prix.

d- les cartels limitent les quantités demandées.

2/ Le dilemme du prisonnier montre :

a- que les agents ne sont pas rationnels.

b- que la rationalité des agents ne peut généralement conduire à un équilibre.

c- que la coopération n'est pas une stratégie optimale pour l'agent.

d- que la défection des deux agents est l'équilibre du jeu.

Nom : _____

Classe : _____

3/ Le pouvoir de marché des firmes est d'autant plus fort que :

- a- l'élasticité-prix de la demande est faible.
- b- l'élasticité-prix de l'offre est forte.
- c- le nombre d'offreurs est faible.
- d- le nombre d'offreurs est élevé.

4/ Un monopole discriminant cherche à :

- a- restreindre l'accès à ses produits.
- b- segmenter sa clientèle.
- c- pratiquer des prix différents.
- d- pratiquer des prix élevés.

Nom : _____

Classe : _____

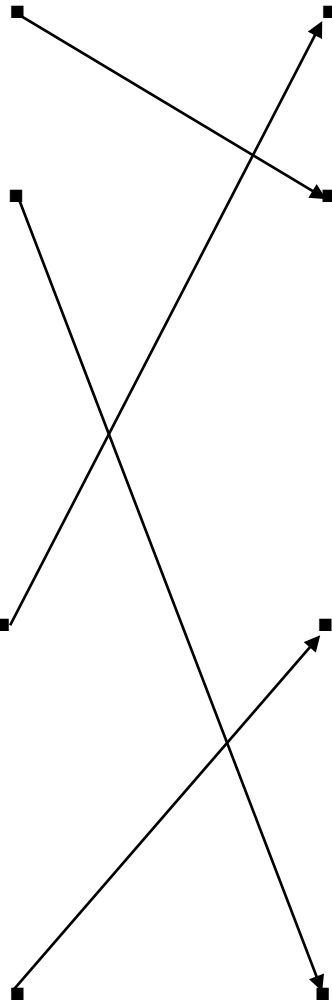
3) Reliez chaque terme à sa définition.

Marge

Surplus du consommateur

Recette marginale

Perte sèche



Chiffre d'affaires découlant de la vente d'une unité supplémentaire

Différence entre le prix de vente d'un produit et le coût d'achat des biens et services nécessaires à la production et la commercialisation

Réduction du surplus total du consommateur et du producteur découlant d'un contrôle du marché qui réduit le volume des échanges.

Différence entre le consentement à payer pour un produit et le prix effectivement payé.