

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Дагестанский государственный педагогический университет»
 Факультет технологии и профессионально-педагогического образования
 Кафедра экономики, дизайна и предпринимательства

Утверждаю
 И.о. проректора по учебной работе и
 дополнительному образованию -
 начальник УМУ
 Вечедова
 « 28 » _____ 2018 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.16.2 Экономика отраслевых рынков
 (шифр с учебного плана, наименование дисциплины)

Направление подготовки - 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность (профиль) подготовки - «Технология» и «Экономика»

Квалификация - Бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Семестр	Трудоем- кость час.	Лекций, час.	Практич. занятий, час.	Контроль	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
Очное обучение						
9	144	22	40		82	Диф. зачет
Итого	144	22	40		82	Диф. зачет
Заочное обучение						
10	144	6	12	3	123	Диф. зачет
Итого	144	6	12	3	123	Диф. зачет

**Махачкала
 2018**

Автор (ы): Гаджиев Г.Г., доцент кафедры экономики, дизайна и предпринимательства

Рецензент: Алиев М.А., д.э.н., профессор кафедры социогуманитарных дисциплин ДГПУ

Программа утверждена на заседаниях:

кафедры экономики, дизайна и предпринимательства

Протокол 8 от 21 апреля 2018 г.

/Заведующий кафедрой

Р.А.Таибова;

учебно-методической комиссии факультета технологии и профессионально-педагогического образования

Протокол 55 от 15.05 2018 г.

Председатель УМК ИПИ



М.В.Гамзаева;

ученого совета факультета технологии и профессионально-педагогического образования

Протокол 610 от 29.05 2018 г.

Председатель совета



Ф.Н.Алипханова;

учебно-методического совета ДГПУ

Протокол _____ от 28.06 2018 г.

Председатель совета

©ДГПУ, 2018

© Гаджиев Г.Г., 2018

1. Цели освоения учебной дисциплины

В курсе рассматриваются теоретические и практические аспекты формирования и функционирования рыночных структур, поведения отдельных субъектов рынка, а также реализации государственной отраслевой и промышленной политики. В курсе широко используется аппарат микроэкономического моделирования и теории игр. Экономика отраслевых рынков дает классификацию рыночных структур и способы оценки их влияния на параметры рынка. Особую значимость курсу придает изучение последствий проводимой государственной отраслевой политики с точки зрения критериев общественного благосостояния.

Целями освоения дисциплины «Экономика отраслевых рынков» являются:

- формирование теоретических знаний в области изучения структур отраслевых рынков, о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;
- формирование у студентов экономического мышления.

Задачи курса:

- научить анализировать факторы, определяющие специфику формирования отраслевых рынков и поведение фирм;
- привить навыки самостоятельной оценки принятых фирмой экономических решений, выявления закономерностей взаимодействия отраслевого рынка и его участников ;
- научить использовать методы, способы и показатели анализа отраслевых рынков для оценки и прогнозирования состояния собственного бизнеса.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.2 «Экономика отраслевых рынков» входит в раздел «Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.05 «Технология» и «Экономика».

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ОПОП подготовки бакалавра «Микроэкономика», «Статистика», «Теория игр». Данная дисциплина предвещает изучение дисциплины «Институциональная экономика».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

Формируемые компетенции		Перечень планируемых результатов по дисциплине
Код	Наименование	
	Профессиональные специальные компетенции (ПСК)	
ПСК-8	- способность использовать комплекс знаний о субъектах хозяйствования на микро- и макроэкономическом уровне для формирования экономического мышления	Знает: основные категории отраслевой экономической науки и социологии, их взаимосвязи, суть социально-экономических явлений, законы функционирования организаций, теоретические положения курса, методы анализа экономических и социальных процессов, способы формирования и экономические последствия функционирования рыночных структур, включающая в себя особенности поведения предприятий на уровне отдельных отраслей и регионов, как теория отраслевых рынков показывает то или иное поведение хозяйствующего субъекта, как он модифицируется в зависимости от реальных и предполагаемых действий других экономических агентов, включая государство. Умеет: обосновывать основные категории экономической науки и социологии во взаимосвязи, анализировать социально-экономические явления, интерпретировать законы функционирования организаций, экономические и социальные процессы, происходящие в действительности и последствия функционирования предприятий отраслевой направленности в рыночных условиях. Анализировать поведение того или иного

		<p>хозяйствующего субъекта как он модифицируется, в зависимости от реальных и предполагаемых действий других экономических агентов, включая государства.</p> <p>Владеет: навыками экономического мышления для выработки эволюционного, системного, синергетического, аналитического взглядов на проблемы отраслевой науки. Навыками научной аргументации социально-экономических явлений, процессов и законов функционирования организации отраслевой направленности.</p> <p>Навыками анализировать поведение того или иного хозяйствующего субъекта в зависимости от реальных экономических условий, включая и государство.</p> <p>Навыками планирования и организации деятельности хозяйствующих субъектов, а также регулирования их деятельности во взаимосвязи друг с другом.</p>
ПСК-9	- способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах	<p>Знает: теорию отраслевой организации, закономерности формирования разного рода рыночных структур, основные принципы поведения фирм на разных рынках, развитие инструментария экономического анализа применительно к более глубокому исследованию рыночных структур, закономерности функционирования отраслей, рынков и фирм, возможности и необходимость государственного регулирования отраслевой структуры.</p>
		<p>Умеет: применять теорию отраслевой организации и закономерности формирования рыночных структур в регулирование поведения фирм на разных рынках в развитие инструментария экономического анализа, на основе чего разрабатывать варианты отраслевой политики, этим самым глубоко осмысливать понимание закономерностей функционирования отраслей рынков и фирм</p>
		<p>Владеет: навыками профессионального применения теории организации рыночных структур в регулировании поведения фирм на разных рынках. Навыками разработки и развития инструментария для анализа и оценивания экономического поведения рыночных агентов в отраслевой политике.</p> <p>Навыками осмысления и глубокого понимания закономерностей функционирования отраслевых рынков и фирм.</p> <p>Навыками векторов профессионального и личностного саморазвития.</p>

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов.

Семестр	Трудоемкость час.	Лекций, час.	Практич. занятий, час.	Контроль	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
Очное обучение						
9	144	22	40		82	Диф. зачет
Итого	144	22	40		82	Диф. зачет
Заочное обучение						
10	144	6	12	3	123	Диф. зачет
Итого	144	6	12	3	123	Диф. зачет

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)
с указанием отведенного на них количества академических часов и видов
учебных занятий**

**5.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий
(в академических часах)
Очная форма обучения**

№ п/ п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, (в часах)			Всего	Формы текущего контроля успеваемости,
		Л	ПЗ	СРС		
1	Введение в анализ отраслевой организации рынков	1	2	5	8	Обсуждение пройденного материала Домашнее задание
2	Основные характеристики структуры отраслевого рынка	1	3	6	10	Обсуждение пройденного материала Миниконтрольная работа
3	Теория фирмы	1	3	6	10	Обсуждение пройденного материала
4	Барьеры входа-выхода фирм на отраслевом рынке.	2	3	6	11	Обсуждение пройденного материала
5	Рыночная власть и показатели измерения	2	3	6	11	Обсуждение пройденного материала Тестирование
6	Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	2	3	6	11	Обсуждение пройденного материала Ситуационные задачи.
7	Исследования, инновации и патенты	1	3	6	11	Обсуждение пройденного материала
8	Интеграционные процессы на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	2	4	6	12	Обсуждение пройденного материала
9	Стратегическое взаимодействие фирм в краткосрочном и долгосрочном периоде	2	3	6	11	Обсуждение пройденного материала Контрольная работа
10	Ценовая дискриминация на отраслевых рынках	1	3	6	10	Обсуждение пройденного материала
11	Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков	2	2	5	9	Обсуждение пройденного материала
12	Результативность функционирования отраслевых рынков.	2	3	6	11	Обсуждение пройденного материала Эссе
13	Антимонопольная политика государства.	1	3	6	10	Обсуждение пройденного материала
14	Государственная промышленная политика.	2	2	6	9	Обсуждение пройденного материала
	Итого	22	40	82	144	
	Вид промежуточной аттестации				Диф. зачет	

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость			Всего	Формы текущего контроля успеваемости, Формы промежуточной аттестации
		Л	ПЗ	СРС		
1	Введение в анализ отраслевой организации рынков	1		9	10	Обсуждение пройденного материала Домашнее задание
2	Основные характеристики структуры отраслевого рынка		1	9	10	Обсуждение пройденного материала Миниконтрольная работа
3	Теория фирмы	1		10	11	Обсуждение пройденного материала
4	Барьеры входа-выхода фирм на отраслевом рынке.		1	10	11	Обсуждение пройденного материала
5	Рыночная власть и показатели измерения	1	2	9	11	Обсуждение пройденного материала Тестирование
6	Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.		1	9	10	Обсуждение пройденного материала Ситуационные задачи.
7	Исследования, инновации и патенты			10	10	Обсуждение пройденного материала
8	Интеграционные процессы на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	1	1	9	11	Обсуждение пройденного материала
9	Стратегическое взаимодействие фирм в краткосрочном и долгосрочном периоде	1		9	10	Обсуждение пройденного материала Контрольная работа
10	Ценовая дискриминация на отраслевых рынках		2	9	10	Обсуждение пройденного материала
11	Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков			9	10	Обсуждение пройденного материала
12	Результативность функционирования отраслевых рынков.		2	9	10	Обсуждение пройденного материала Эссе
13	Антимонопольная политика государства.	1		9	10	Обсуждение пройденного материала
14	Государственная промышленная политика.		2	9	10	Обсуждение пройденного материала
	Итого	6	12	126	144	
	Вид промежуточной аттестации				Диф. зачет	

5.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в анализ отраслевой организации рынков	Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Объект и предмет теории отраслевых рынков. Подходы к анализу организации отраслевых рынков. Гарвардская парадигма. Критика Гарвардской парадигмы представителями других научных школ. Экономическая теория фирмы. Классификация фирм. Определение рынка и отрасли. Границы рынка. Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие рыночную структуру. Характеристика основных рыночных структур.
2	Основные характеристики структуры отраслевого	Цель и способы установления границ отраслевого рынка. Классификация отраслевых рынков. Уровень и оценка концентрации на отраслевых рынках.
3	Теория фирмы	Основные концепции фирмы. Классификация внутренних структур фирмы. Альтернативные цели фирмы. Стратегический подход к анализу природы фирмы.
4	Барьеры входа-выхода фирм на отраслевом рынке.	Определение барьеров входа-выхода. Виды рыночных барьеров. Нестратегические барьеры. Стратегические барьеры (стратегии поведения фирмы в условиях угрозы входа конкурентов). Модели ценообразования, ограничивающего вход. Барьеры входа в условиях квазиконкурентных рынков. Эмпирические исследования барьеров входа-выхода. Показатели оценки отраслевых барьеров входа - выхода.
5	Рыночная власть и показатели измерения	1. Монополия на отраслевом рынке как объект экономического анализа. Рыночная власть фирмы и ее источники. Показатели рыночной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Коэффициент (индекс) Лернера. Коэффициент Тобина (α - Тобина). Коэффициент Папандреу. Последствия рыночной власти фирмы. Определение естественной монополии. Причины ее существования. Ценовое и неценовое регулирование естественной монополии.
6	Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	Природа и виды дифференциации продукта на отраслевом рынке. Горизонтальная и вертикальная продуктовая дифференциация. Измерение продуктовой дифференциации. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции. Модель Чемберлена. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модели пространственной продуктовой дифференциации. Дифференциация продукта и рыночная власть фирмы. Модель горизонтальной дифференциации продукта Ланкастера. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона. Реклама как фактор дифференциации продукта. Экономическая природа брендов. Оптимальный уровень расходов на рекламу. Модель Дорфмана-Штайнера.
7	Исследования, инновации и патенты	Структура рынка и спрос на инновации. Шумпетерианский подход к монополии и спросу на инновации. Величина расходов на инновации продавца на конкурентном рынке и монополиста при отсутствии угрозы входа. Расходы на инновации укоренившегося продавца и потенциального новичка. Кооперативные и некооперативные исследования и инновации: сравнительная эффективность. Внешние эффекты инноваций. Государственная политика в отношении соглашений об инновациях. Патенты и патентная защита. Оптимальная длительность патента. Длительность и охват патентной защиты: проблема компромисса.

8	Интеграционные процессы на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Виды вертикальных ограничений. Отрицательные вертикальные внешние эффекты. Модель двойной надбавки. Расходы на рекламу (информирование) производителя и дилеров. Замещение ресурса производителя. Избыточная ценовая конкуренция между дилерами. Несоблюдение стандартов качества. Вертикальные ограничивающие контракты: типы и сравнительная эффективность. Отрицательные внешние эффекты и сравнительная эффективность вертикальных ограничивающих контрактов (Мэтьюсон и Винтер). Воздействие вертикальных контрактов на конкуренцию. Позиция чикагской школы. Возможности ограничения конкуренции с помощью исключающих контрактов: пост- чикагский подход. Новые явления в развитии интеграционных процессов: деятельность сетевых структур и кластеров. Стратегия диверсификации производства. Измерение уровня диверсификации. Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения и слияния фирм. Процессы дезинтеграции. Аутсорсинг.
9	Стратегическое взаимодействие фирм в краткосрочном и долгосрочном периоде	Классификация стратегического взаимодействия фирм. Модель Курно. Парадокс Бертрана. Ценовая конкуренция в бесконечно повторяющихся играх. Модель Эджворта. Совершенное в подыграх равновесие и «народная теорема». Ценовая конкуренция и ограниченные мощности. Модель Крепса-Шейнкмана выбора мощностей и ценовой конкуренции: оправдание модели Курно. Отраслевые лидеры. Поведение доминирующей фирмы с конкурентным окружением. Модель Штакельберга. Модель Форхаймера. Экономическая теория явного и молчаливого сговора. Картель. Факторы, воздействующие на стимулы к сговору. Сговор и ценовая война. Проблемы конкурентной политики в отношении сговора.
10	Ценовая дискриминация на отраслевых рынках	Понятие, цели и условия эффективного осуществления ценовой дискриминации. Виды ценовой дискриминации. Практика ценовой дискриминации. Межвременная дискриминация. Парадокс Ковза. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния.
11	Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков	Причины ограниченности информации. Ограниченность информации о качестве товара. Рынок «лимонов» Акерлофа. Ограниченность информации о цене товара. Модель «ловушка для туриста». Рыночные сигналы и информационная роль рекламы.
12	Результативность функционирования отраслевых рынков.	Результативность отраслевых рынков: подходы к исследованию. Результативность рыночных структур. Социальные и экономические последствия деятельности монополий. X-эффективность и X-неэффективность монополии. Подходы к оценке потерь общественного благосостояния от монопольной власти. Влияние результативности рынков на экономический рост.
13	Антимонопольная политика государства.	Теоретические основы государственной антимонопольной политики. Цели и методы государственной антимонопольной политики. Проблемы ее эффективной реализации. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония). Эволюция антимонопольной политики в России.
14	Государственная промышленная политика.	Необходимость промышленной (отраслевой) политики государства. «Провалы» рынка. Виды и типы отраслевой политики. Внешнеторговая политика. Эффективность торговых союзов и соглашений. Промышленная политика в зарубежных странах. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции. Задачи государственной отраслевой политики в России.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в анализ отраслевой организации рынков	<p>Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Объект и предмет теории отраслевых рынков.</p> <p>Подходы к анализу организации отраслевых рынков. Гарвардская парадигма. Критика Гарвардской парадигмы представителями других научных школ.</p> <p>Экономическая теория фирмы. Классификация фирм.</p> <p>Определение рынка и отрасли. Границы рынка.</p> <p>Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие рыночную структуру.</p> <p>Характеристика основных рыночных структур.</p>
2	Основные характеристики структуры отраслевого	Цель и способы установления границ отраслевого рынка. Классификация отраслевых рынков. Уровень и оценка концентрации на отраслевых рынках.
3	Теория фирмы	Основные концепции фирмы. Классификация внутренних структур фирмы. Альтернативные цели фирмы. Стратегический подход к анализу природы фирмы.
4	Барьеры входа-выхода фирм на отраслевом рынке.	<p>Определение барьеров входа-выхода. Виды рыночных барьеров.</p> <p>Нестратегические барьеры.</p> <p>Стратегические барьеры (стратегии поведения фирмы в условиях угрозы входа конкурентов). Модели ценообразования, ограничивающего вход.</p> <p>Барьеры входа в условиях квазиконкурентных рынков.</p> <p>Эмпирические исследования барьеров входа-выхода. Показатели оценки отраслевых барьеров входа - выхода.</p>
5	Рыночная власть и показатели измерения	1. Монополия на отраслевом рынке как объект экономического анализа. Рыночная власть фирмы и ее источники. Показатели рыночной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Коэффициент (индекс) Лернера. Коэффициент Тобина (α - Тобина). Коэффициент Папандреу. Последствия рыночной власти фирмы. Определение естественной монополии. Причины ее существования. Ценовое и неценовое регулирование естественной монополии.
6	Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	<p>Природа и виды дифференциации продукта на отраслевом рынке.</p> <p>Горизонтальная и вертикальная продуктовая дифференциация.</p> <p>Измерение продуктовой дифференциации. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции. Модель Чемберлена. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модели пространственной продуктовой дифференциации. Дифференциация продукта и рыночная власть фирмы. Модель горизонтальной дифференциации продукта Ланкастера. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона. Реклама как фактор дифференциации продукта. Экономическая природа брендов. Оптимальный уровень расходов на рекламу. Модель Дорфмана-Штайнера.</p>
7	Исследования, инновации и патенты	Структура рынка и спрос на инновации. Шумпетерианский подход к монополии и спросу на инновации. Величина расходов на инновации продавца на конкурентном рынке и монополиста при отсутствии угрозы входа. Расходы на инновации укоренившегося продавца и потенциального новичка. Кооперативные и некооперативные исследования и инновации: сравнительная эффективность. Внешние эффекты инноваций. Государственная политика в отношении соглашений об инновациях. Патенты и патентная защита. Оптимальная длительность патента. Длительность и охват патентной защиты: проблема компромисса.

8	Интеграционные процессы на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Виды вертикальных ограничений. Отрицательные вертикальные внешние эффекты. Модель двойной надбавки. Расходы на рекламу (информирование) производителя и дилеров. Замещение ресурса производителя. Избыточная ценовая конкуренция между дилерами. Несоблюдение стандартов качества. Вертикальные ограничивающие контракты: типы и сравнительная эффективность. Отрицательные внешние эффекты и сравнительная эффективность вертикальных ограничивающих контрактов (Мэтьюсон и Винтер). Воздействие вертикальных контрактов на конкуренцию. Позиция чикагской школы. Возможности ограничения конкуренции с помощью исключающих контрактов: пост- чикагский подход. Новые явления в развитии интеграционных процессов: деятельность сетевых структур и кластеров. Стратегия диверсификации производства. Измерение уровня диверсификации. Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения и слияния фирм. Процессы дезинтеграции. Аутсорсинг.
9	Стратегическое взаимодействие фирм в краткосрочном и долгосрочном периоде	Классификация стратегического взаимодействия фирм. Модель Курно. Парадокс Бертрана. Ценовая конкуренция в бесконечно повторяющихся играх. Модель Эджворта. Совершенное в подыграх равновесие и «народная теорема». Ценовая конкуренция и ограниченные мощности. Модель Крепса-Шейнкмана выбора мощностей и ценовой конкуренции: оправдание модели Курно. Отраслевые лидеры. Поведение доминирующей фирмы с конкурентным окружением. Модель Штакельберга. Модель Форхаймера. Экономическая теория явного и молчаливого сговора. Картель. Факторы, воздействующие на стимулы к сговору. Сговор и ценовая война. Проблемы конкурентной политики в отношении сговора.
10	Ценовая дискриминация на отраслевых рынках	Понятие, цели и условия эффективного осуществления ценовой дискриминации. Виды ценовой дискриминации. Практика ценовой дискриминации. Межвременная дискриминация. Парадокс Ковза. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния.
11	Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков	Причины ограниченности информации. Ограниченность информации о качестве товара. Рынок «лимонов» Акерлофа. Ограниченность информации о цене товара. Модель «ловушка для туриста». Рыночные сигналы и информационная роль рекламы.
12	Результативность функционирования отраслевых рынков.	Результативность отраслевых рынков: подходы к исследованию. Результативность рыночных структур. Социальные и экономические последствия деятельности монополий. X-эффективность и X-неэффективность монополий. Подходы к оценке потерь общественного благосостояния от монопольной власти. Влияние результативности рынков на экономический рост.
13	Антимонопольная политика государства.	Теоретические основы государственной антимонопольной политики. Цели и методы государственной антимонопольной политики. Проблемы ее эффективной реализации. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония). Эволюция антимонопольной политики в России.
14	Государственная промышленная политика.	Необходимость промышленной (отраслевой) политики государства. «Провалы» рынка. Виды и типы отраслевой политики. Внешнеторговая политика. Эффективность торговых союзов и соглашений. Промышленная политика в зарубежных странах. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции. Задачи государственной отраслевой политики в России.

6. Образовательные технологии

№ п/п	Вид и тема занятий (лекция, пр.р., л./р)	Используемые интерактивные технологии	Количество часов
1	Лекция. Введение в анализ отраслевой организации рынков	Электронный конспект	2
2	Лекция. Основные характеристики структуры отраслевого рынка	Электронный конспект. Интерактивная доска. Возможности ИКТ	2
3	Практическая работа. Теория фирмы	Обсуждение пройденного учебного материала. Решение проблемной ситуации	2
4	Практическая работа. Барьеры входа – выхода фирм на отраслевом рынке	Определение барьеров входа – выхода. Виды рыночных барьеров (нестратегические, стратегические). Определение показателей оценки отраслевых барьеров входа - выхода	2
5	Практическая работа. Рыночная власть и показатели измерения	Использование метода проектов по изучению монопольного рынка определения коэффициентов (Бейка, Тобина, Папандреу). Провести анализ последствий рыночной власти	2
6	Практическая работа. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации	Применяем в качестве интерактивного метода метод «Кейс-стади», где учащиеся имеют возможность анализировать реальную практическую ситуацию	2
7	Практическая работа. Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков	Организация информационной и рекламной деятельности через возможности ИКТ	2
Итого			14

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (в акад. час.)	Формы отчетности
1	2	3	4	5
1.	Введение в анализ отраслевой организации рынков	Составление плана и конспекта по теме	6	Опрос
2.	Основные характеристики структуры отраслевого рынка	Составление плана и конспекта по теме	4	Опрос
3.	Теория фирмы	Подготовка сообщения или доклада	2	Реферат Тестирование
4.	Барьеры входа-выхода фирм на отраслевом рынке.	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат
5.	Рыночная власть и показатели измерения	Подготовка сообщения или доклада	6	Реферат Тестирование
6.	Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат
7.	Исследования, инновации и патенты	Подготовка сообщения	6	Реферат

		или доклада		Тестирование
8.	Интеграционные процессы на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат
9.	Стратегическое взаимодействие фирм в краткосрочном и долгосрочном периоде	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат Тестирование
10.	Ценовая дискриминация на отраслевых рынках	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат Тестирование
11.	Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков	Подготовка сообщения или доклада	6	Реферат Тестирование
12.	Результативность функционирования отраслевых рынков.	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат Тестирование
13.	Антимонопольная политика государства.	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат Тестирование
14.	Государственная промышленная политика.	Подготовка сообщения или доклада	4	Реферат Тестирование
	Итого		62	

Темы для докладов и рефератов

1. Основные концепции фирмы.
2. Классификация внутренних структур фирмы.
3. Альтернативные цели фирмы.
4. Показатели концентрации продавцов на рынке.
5. Барьеры входа-выхода на рынок.
6. Показатели монопольной власти.
7. Ценовое лидерство доминирующей фирмы: детерминанты монопольной власти в краткосрочном периоде.
8. Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы.
9. Статические и динамические модели ценообразования, ограничивающего вход на рынок.
10. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы.
11. Квазиконкурентные рынки.
12. Проблемы «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора».
13. Ассиметричная информация и негативный отбор на рынке кредитов.
14. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения.
15. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьютерами.
16. Классификация некооперативных стратегий поведения.
17. Кооперативные модели поведения олигополистов.
18. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.
19. Антимонопольная политика.
20. Опыт стран с развитой рыночной экономикой в регулировании рыночных структур и проведении антимонопольной конкурентной политики государства.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция	Этапы формирования	
	Л1-11	ПР1-20
ПСК-8	+	+
ПСК-9	+	+

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

При проведении дифференцированного зачета устанавливаются следующие оценки знаний:

- оценка «отлично» - глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твёрдое знание основных положений смежных дисциплин: логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета, грамотное изложение и чёткое изображение схем и графиков; использование, в необходимой мере, в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы;

- оценка «хорошо» – твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы в экзаменационном билете при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам; грамотное изложение и чёткое изображение схем и графиков;

- оценка «удовлетворительно» – твёрдое знание и понимание основных вопросов программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений; наличие ошибок в изложении и изображении схем и графиков; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно;

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания для практических занятий

1. В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:
 - А) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей;
 - Б) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм;
 - В) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм;
 - Г) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках;
 - Д) нет правильного ответа.
2. Монополия, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке присутствуют:
 - А) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;
 - Б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;
 - В) несколько крупных продавцов и несколько крупных покупателей;
 - Г) один продавец и один покупатель;
 - Д) нет правильного ответа.
3. Функция предложения монополиста:
 - А) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
 - Б) совпадает с функцией предельных издержек;
 - В) совпадает с функцией средних издержек;
 - Г) нет правильного ответа.
4. В модели совершенной конкуренции для отдельного производителя возможно получение положительной экономической прибыли при условии, что
 - А) выручка покрывает постоянные затраты производителя;
 - Б) отрасль рассматривается в коротком периоде;
 - В) отрасль рассматривается в долгосрочном периоде;
 - Г) такая ситуация невозможна.
5. Коэффициент Бэйна выводится исходя из:
 - А) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
 - Б) показателя перекрестной эластичности спроса;
 - В) соотношения экономической прибыли и собственного капитала;

- Г) показателя прямой эластичности спроса по цене и показателя ограниченности мощностей конкурентов;
 Д) нет правильного ответа.
6. Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:
 А) снижению выручки;
 Б) росту цены на продукцию;
 В) снижению объема выпускаемой продукции;
 Г) росту цены и снижению объема выпуска;
 Д) нет правильного ответа.
7. Снижение транспортных затрат в модели Хотеллинга означает:
 А) снижение потребительского спроса на данный вид товара;
 Б) увеличение потребительского спроса на данный вид товара;
 В) уменьшение дифференциации товара для потребителей;
 Г) увеличение приверженности потребителей к товару;
 Д) нет правильного ответа.
8. В модели Салопа увеличение барьеров входа и транспортных затрат приводит в долгосрочном плане к:
 А) росту числа фирм;
 Б) сокращению числа фирм;
 В) число фирм не изменится;
 Г) нет прямой связи.
9. Поглощения, в результате которых улучшается эффективность работы предприятия, называют:
 А) стяжательными поглощениями;
 Б) аллокативными поглощениями;
 В) управленческими поглощениями;
 Г) конгломератными поглощениями.
10. Ценовая дискриминация второй степени предполагает:
 А) межличностное и межперсональное различие цен спроса;
 Б) только межличностное различие цен спроса;
 В) только межперсональное различие цен спроса;
 Г) нет правильного ответа.
11. В условиях ценовой дискриминации выполняется следующее (Q_i , Q_n , Q_m - оптимальные для дискриминирующей фирмы объемы при соответствующих видах ценовой дискриминации):
 А) $Q_i < Q_{ii} < Q_{iii}$;
 Б) $Q_i > Q_{ii} > Q_{iii}$;
 В) $Q_i > Q_{ii}$ и Q_{iii} ;
 Г) $Q_i < Q_{ii}$ и Q_{iii} ;
 Д) $Q_{iii} > Q_i$ и Q_{ii} ;
 Е) $Q_{ii} > Q_i$ и Q_{iii} .
12. В модели Capital Assets Pricing Model показатель r_x отражает:
 А) норму доходности ценной бумаги;
 Б) норму доходности по безрисковым активам;
 В) риск инвестирования в ценную бумагу;
 Г) среднюю рыночную доходность;
 Д) нет правильного ответа.
13. В модели Шмалензи принимается гипотеза о том, что потребители совершают пробную покупку, если:
 А) цена пробного товара ниже цены уже потребляемого товара;
 Б) потребительский излишек от пробной покупки превышает потребительский излишек от потребляемой продукции;
 В) риск того, что покупаемый продукт окажется неудовлетворительного качества, невелик;
 Г) потребитель в любом случае совершит пробную покупку товара;
 Д) нет правильного ответа.
14. В соответствии с теоремой Дорфмана-Штайнера оптимальная доля расходов на рекламу

увеличивается при:

- А) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти;
 - Б) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти;
 - В) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти;
 - Г) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти.
15. Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в отрасли крупной фирмы, если:
- А) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
 - Б) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;
 - В) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
 - Г) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.
16. Вытеснение с рынка высококачественных товаров низкокачественными обусловлено:
- А) феноменом недобросовестного поведения контрагента;
 - Б) проблемой негативного отбора;
 - В) нерациональностью потребителей;
 - Г) А+Б+В.
17. Какой из ниже перечисленных факторов не способствует решению проблемы асимметричности информации:
- А) репутация фирмы;
 - Б) гарантии на продукцию;
 - В) высокие цены на продукцию;
 - Г) расточительные расходы;
 - Д) низкие входные цены.
18. Цены Рамсея для многопродуктового монополиста используются государством для:
- А) увеличения общественного благосостояния;
 - Б) ограничения объемов выпускаемой продукции;
 - В) выравнивания цен на различных рынках;
 - Г) дотирования естественных монополий;
 - Д) нет правильного ответа.
19. Монопольная власть в соответствии с коэффициентом Папандреу растет при:
- А) росте мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
 - Б) росте мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
 - В) снижении мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
 - Г) снижении мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов.
20. Применение монополиями двуставочного тарифа вместо линейного ведет к:
- А) потере общественного благосостояния;
 - Б) росту общественного благосостояния;
 - В) общественное благосостояние не меняется;
 - Г) нет правильного ответа.
21. Объем расходов на рекламу в условиях монополистической конкуренции:
- А) меньше оптимального;
 - Б) больше оптимального;
 - В) равен оптимальному;
 - Г) может быть как выше, так и ниже оптимального.
22. При долгосрочном равновесии в модели монополистической конкуренции рыночная цена:
- А) равна предельным издержкам;

- Б) превышает средние издержки;
 В) равна средним издержкам;
 Г) равна предельной выручке;
 Д) нет правильного ответа.
23. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):
 А) торговой марки;
 Б) упаковки;
 В) качества;
 Г) уровня цены;
 Д) уровня дохода;
 Е) удовлетворяемых вкусов.
24. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):
 А) торговой марки;
 Б) упаковки;
 В) качества;
 Г) уровня цены;
 Д) уровня дохода;
 Е) удовлетворяемых вкусов.
25. В модели Форхаймера доминирующая фирма определяет:
 А) какой объем продукции будет максимизировать ее прибыль;
 Б) какая цена на продукцию будет максимизировать ее прибыль;
 В) какой уровень рекламы будет максимизировать ее прибыль;
 Г) какой уровень издержек будет максимизировать ее прибыль;
 Д) какое количество конкурентных фирм будет присутствовать на рынке.
26. Пусть в отрасли функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i): $S_1 = 5\%$, $S_2 = 15\%$, $S_3 = 2\%$, $S_4 = 12\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 7\%$, $S_7 = 5\%$, $S_8 = 5\%$, $S_9 = 20\%$, $S_{10} = 19\%$.
 Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 .
27. Пусть в отрасли функционируют фирмы с идентичными кривыми общих издержек: $TC(q) = 0.05 \cdot q^2 + 2 \cdot q + 1000$. Если цена, установившаяся на продукцию в данной отрасли, составляет 10, а оптимальный объем выпуска - 50, то коэффициент Лернера равен (привести расчеты и его значение):
28. Пусть в отрасли присутствует 10 фирм, а показатель дисперсии рыночной доли составляет 0.01. Индекс Херфиндаля-Хиршмана составит (привести расчеты и его значение):
29. При условии, что норма доходности по безрисковым активам равна 10%, среднерыночная норма доходности составляет 15%, а риск инвестирования в предприятия данной отрасли оценивается в 2.4 к среднерыночному риску, рассчитайте норму нормальной прибыли по в данной отрасли.
30. Пусть долгосрочные средние издержки имеют вид: $LATC(Q) = 100Q - Q^2 + 1000$. Определите минимально эффективный выпуск:
31. Модель Акерлоффа. Пусть цена, по которой покупатели готовы купить качественный товар, составляет 100, а некачественный - 50. Продавцы же готовы продать качественный товар не менее чем за 60, а некачественный - 40. Определите долю качественных товаров, при которой будут проданы только некачественные товары.
32. На рынке действует 10 фирм с рыночной долей 10% каждая. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана.
33. На рынке действует 8 фирм. Объем их продаж представлен следующим образом (в млрд.руб.):
- | | | | | | | | | |
|--------------|-----|----|----|-----|----|----|-----|----|
| Фирма 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| Объем продаж | 100 | 90 | 80 | 130 | 70 | 60 | 110 | 50 |
- Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана. Определите рыночную структуру отрасли.
34. Известно, что распределение рыночных долей в отрасли выглядит следующим образом:

№ фирмы	Доля в общем объеме продаж
1	0,4
2	0,3
3	0,2
4	0,1

- а) Определите показатель дисперсии рыночных долей.
 б) Определите индекс Херфиндаля-Хиршмана, сделайте вывод об уровне концентрации в отрасли.
 в) Определите среднеотраслевой индекс Лернера, если известно, что ценообразование несогласованное, а при снижении цены на 4% общий объем продаж вырос на 12%.

35. Пусть цены факторов производства составляют $P_K = 1$, $P_L = 1$, производственная функция определяется следующей зависимостью: $q(K, L) = \sqrt{K} \cdot L$. Определить средние издержки фирмы.

36. На рынке автомобилей попадаются хорошие и плохие. Пусть продавцы и покупатели все нейтральны к риску, и имеют следующую резервационную цену, описывающую ценность соответствующих машин для них.

Резервационная цена	Покупатель	Продавец
Хороший автомобиль	100 000 руб.	80 000 руб.
Плохой автомобиль	50 000 руб.	40 000 руб.

Предложение автомобилей совершенно неэластично, тогда как спрос совершенно эластичен. Пусть только продавцы знают качество автомобилей (q - доля хороших автомобилей). Найдите критическое значение q такое, что если $q < q_c$, рынок хороших автомобилей исчезнет.

37. На рынке действует доминирующая большая фирма, которая определяет общий уровень цены товара для всех продавцов. Рыночный спрос описывается уравнением: $D(p) = 500 - p$.

Число прочих, мелких фирм, строго фиксировано и равно $n = 10$.

Функция издержек мелкой фирмы: $C_m(q_m) = 100q_m + 5q_m^2$.

Функция издержек доминирующей фирмы: $C_A(Q_A) = 50Q_A + 3Q_A^2$.

- а) выведите кривую предложения для мелкой фирмы: $B_m(p)$;
 б) определите, какова будет установлена цена товара на рынке доминирующей фирмой, какой объем товара продаст она, а какой каждая мелкая фирма в равновесии.
 Темы эссе: «Анализ отраслевого рынка на основе концепции «Структура-поведение-результативность» на примере отрасли России (по выбору студента)».

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Что не входит в общепринятую классификацию рыночных структур:

- А) монополия;
 Б) олигополия;
 В) *теневой бизнес*;
 Г) совершенная конкуренция.

2. Олигополия - это:

- А) содружество частных предприятий;
 Б) *тип рыночной структуры*;
 В) фирма монополист;
 Г) способ интеграции производств.

3. Что не относится к нестратегическим барьерам отраслевого рынка:

- А) *стратегическое ценообразование*;
 Б) вертикальная интеграция;

- В) диверсификация деятельности фирмы;
Г) дифференциация товаров.
4. Близкие товары, на производство которых используются однородные ресурсы и схожие технологии:
А) Идентичные;
Б) *Субституты*;
В) Однородные;
Г) Взаимозаменяемые.
5. К нестратегическим барьерам входа на рынок относится интеграция:
А) горизонтальная;
Б) прямая;
В) *вертикальная*;
Г) условная.
6. Что не оказывает влияния на структуру промышленности:
А) научно-технический прогресс;
Б) *численность населения*;
В) уровень культуры и материального состояния населения;
Г) экономическая политика государства.
7. К ценовым барьерам относится:
А) дополнительное инвестирование;
Б) *применение запретительных цен*;
В) дифференциация продукции;
Г) вертикальная интеграция.
8. Сколько типов рыночных структур принято выделять:
А) 2;
Б) 4;
В) 3;
Г) 5.
9. Какой из показателей не характеризует оценку эффективности размещения производства:
А) *коэффициент опережения*;
Б) капитальные вложения;
В) уровень обеспеченности продукции;
Г) приведенные затраты.
10. Выделите показатель, не характеризующий отраслевую структуру промышленности:
А) доля отдельной отрасли в общем объеме промышленного производства;
Б) коэффициент опережения;
В) соотношение между добывающими и перерабатывающими отраслями;
Г) *капитальные вложения*.
11. Изучение отраслевых рынков с позиций определенного товара и определение границ рынка данного товара было предложено:
А) Кейнсом;
Б) Кузнецом;
В) *Робинсоном*;
Г) Марксом.
12. Выберите из ниже перечисленного факторы, не относящиеся к объектам сделок:
А) товарные;
Б) производственные;
В) финансовые;
Г) *территориальные*.
13. Что из ниже перечисленного не относится к типологии границ разделения рынков:

- А) локальные;
- Б) *финансовые*;
- В) временные;
- Г) продуктовые.

14. Что не относится к формам существования концентрации:

- А) разнородное производство на предприятии;
- Б) производство однородной продукции;
- В) комбинирование в рамках одного предприятия
- Г) *специализация производства.*

15. Отдельным сектором экономики не выделяют:

- А) домашнее хозяйство;
- Б) госучреждения;
- В) фирма;
- Г) *строительство.*

16. Россия занимает первое место по:

- А) *добыче естественного газа;*
- Б) добыче нефти;
- В) производству бумаги;
- Г) производству листового проката.

17. Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим:

- а) дифференциация продукта;
- Б) эластичность и темпы роста спроса;
- В) *применение запретительных цен;*
- Г) иностранная конкуренция.

17. Дополните определение:

Отрасль – это совокупность предприятий, выпускающих товары, являющиеся близкими В производстве.

(субституты)

18. Дополните высказывание:

Теория квазиконкурентных рынков появилась в ... году и была разработана...

(1882 г., Баумоль)

19. Выстройте в определенной последовательности факторы размещения промышленности:

- А) природно-экономические;
- Б) экономико-политические;
- В) технико-экономические;
- Г) обеспеченность районов транспортными средствами.

(а,в, б,г)

20. Какой коэффициент выражает отношение темпа роста отрасли или отдельного комплекса к темпу роста всей промышленности:

- А) общих капитальных вложений;
- Б) полной себестоимости;
- В) *опережения;*
- Г) приведенных затрат.

21. Для оценки сырьевого фактора и регионального потребления продукции новых промышленных объектов используется метод...

- А) *зонирования;*
- Б) сравнительной вариантной оценки;
- В) опережения;
- Г) оценки взаимодействующих факторов.

22. Под сектором экономики понимается совокупность...единиц, имеющих сходные экономические цели, функции и поведение.

- А) хозяйственных;
- Б) отраслевых;
- В) институциональных;
- Г) экономических.

23. Найдите соотношение:

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Экономика отрасли. | А) группа хоз.однородных единиц |
| 2. Отрасль. | Б) совокупность инстит. единиц |
| 3. Сектор экономики. | В) наука об источ. рыноч. власти |
| 4. Отраслевая структура. | Г) состав отраслей входящих в
Промышленность |

(1-в, 2-а, 3-б, 4-г).

24. Определите цепочку:

- А) Промышленность;
- Б) пищевая;
- В) продукты питания;
- Г) перерабатывающая;
- Д) сфера материального производства.

(д,а,г,б, в)

25. Расположите рыночные структуры в зависимости от степени конкуренции:

- А) чистая (совершенная) конкуренция;
- Б) олигополия;
- В) монополия;
- Г) монополистическая конкуренция.

(1, 4, 2, 3)

26. Расположите последовательно:

- А) лидерство;
- Б) соглашение фирм;
- В) стратегические барьеры;
- Г) координация.

(3, 2, 4,1)

27. Расположить понятия от более широкого к более узкому:

- А) фабрика;
- Б) подотрасль;
- В) отрасль;
- Г) межотраслевой комплекс.

(4, 3, 2, 1).

28. Экономический эффект концентрации заключается в улучшении.....показателей с добавлением продукции.

(техничко-экономических)

29. Дифференциация продукта – этотоваров, которые удовлетворяют одну и ту же потребность и обладают одними и теми же базовыми

(Разнообразие, характеристиками)

30. Чем выше темпы роста спроса, темновым фирмам войти в отрасль, чем концентрация на рынке фирм, тем выше конкуренция (легче, ниже).

(легче, ниже).

Вопросы к дифференцированному зачету

1. Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Подходы к анализу отраслевых рынков.
2. Сущность Гарвардской парадигмы. Критика данного подхода к анализу рынка представителями других школ.

3. Определение рынка и отрасли. Границы рынка. Виды рынков.
4. Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие рыночную структуру.
5. Характеристика основных рыночных структур.
6. Концентрация продавцов на рынке. Показатели концентрации. Кривые концентрации.
7. Рыночная власть фирмы на отраслевом рынке и ее источники. Показатели рыночной власти.
8. Последствия реализации монопольной власти на отраслевом рынке. Оценка «мертвого груза» монополии.
9. Барьеры входа и выхода и структура отраслевого рынка.
10. Стратегические барьеры входа фирм на отраслевой рынок.
11. Модели ценообразования, ограничивающего вход на отраслевой рынок: модель Бэйна и модель Модильяни.
12. Виды нестратегических барьеров.
13. Показатели оценки барьеров входа-выхода фирм.
14. Понятие продуктовой дифференциации, ее виды. Экономическая природа брендов.
15. Измерение продуктовой дифференциации, показатели дифференциации.
16. Модель монополистической конкуренции Чемберлена.
17. Модель вертикальной продуктовой дифференциации Саттона.
18. Модели горизонтальной (пространственной) дифференциации продукта.
19. Модель «линейного города» Г. Хотеллинга.
20. Модель «города на окружности» С. Салопа.
21. Оптимальный уровень расходов на рекламу. Модель Дорфмана-Штайнера.
22. Модель горизонтальной дифференциации товара Ланкастера.
23. Характеристика олигополистического рынка.
24. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополии. Классификация несогласованных моделей олигополии.
25. Количественные модели олигополистического взаимодействия. Модель Курно и модель Штакельберга.
26. Ценовые модели олигополистического взаимодействия.
27. Модель Бертрана с однородным продуктом.
28. Модель Эджворта.
29. Характеристика рынка доминирующей фирмы.
30. Картель как форма согласованного взаимодействия фирм на отраслевом рынке. Механизм формирования картеля.
31. Причины нестабильности картельных соглашений. Факторы, обеспечивающие устойчивость картельных соглашений.
32. Экономическая природа естественной монополии.
33. Естественная монополия при растущем эффекте масштаба производства и при ограниченном спросе.
34. Методы государственного регулирования естественной монополии.
35. Проблемы реформирования отраслей естественной монополии в России и странах с рыночной экономикой.
36. Природа, цели и условия осуществления ценовой дискриминации.
37. Интеграционные процессы на отраслевом рынке и формы их проявления.
38. Мотивы к формированию вертикально интегрированных структур.
39. Стратегия диверсификации производства. Измерение уровня диверсификации.
40. Новые тенденции в развитии интеграционных процессов. Деятельность сетевых структур и кластеров
41. Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения, слияния фирм.
42. Необходимость промышленной (отраслевой) политики государства. «Провалы» рынка.
43. Промышленная политика государства в зарубежных странах. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции.
44. Цели и методы государственной антимонопольной политики.
45. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония).

66. Результативность отраслевых рынков: подходы к исследованию.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная:

1. Розанова Н. М. **ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ. Учебное пособие для бакалавров. Серия: Бакалавр. Углубленный курс.** М.: Издательство Юрайт, 2012 г., 906 с.
2. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. М.: - ИНФРА - М., 2010.

Дополнительная:

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. М., 1998.
2. Бойцова Е. Ю., Корчагина З. А. Экономика отраслевых рынков: Учебнометодическое пособие. - М.: МАКС Пресс, 2008
3. Вурос А. Д., Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. М., 2002.
4. Тарануха Ю.В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах): Учебно-методическое пособие / Под общей ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. - 240 с. - (Серия «Учебники МГУ им. М. В. Ломоносова»).

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.iprbookshop.ru/14089> Саввина О.В. Регулирование финансовых рынков: учебное пособие / Саввина О.В.— М.: Дашков и К, 2012. 204— с.
2. <http://www.iprbookshop.ru/33670> Самсонова М.В. Экономика отраслевых рынков: практикум / Самсонова М.В., Белякова Е.А.— О.: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. 135— с.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является основным методом учебных занятий студентов в вузе, ею пронизаны все звенья учебно-воспитательного процесса: изучение программного материала по учебникам и соответствующим источникам, подготовка к практическим занятиям, написание рефератов и докладов, участие в студенческих конференциях, сдача зачетов и экзаменов и т.д.

Как показывает практика, определенная часть студентов не имеет достаточных навыков самостоятельной работы в вузе, значительно отличающейся от подобной работы в школе. В частности, удельный вес самостоятельной работы в вузе, резко повысился: студент должен определить порядок и сроки изучения основного и дополнительного материала, знания студентов по большинству предметов контролируются лишь периодически на сессиях. Все это определяет необходимость для студента овладеть навыками самостоятельного труда, организованности, продуманного планирования систематической работы над учебным материалом.

Самостоятельная деятельность складывается из различных видов работы студентов, так в учебное, так и вне учебное время.

Прежде всего, следует отметить место и роль лекции, особенно на старших курсах играющей важную организационную и направляющую роль. Работа студента на лекции предполагает, прежде всего, умение активно слушать и записывать ее. Необходимо правильно распределять свое внимание между отдельными положениями лектора и уметь быстро выделять основное, наиболее существенное.

Важной частью самостоятельной работы студента является его подготовка к практическим занятиям. На семинаре он должен самостоятельно анализировать выступления товарищей, творчески строить свое выступление. Задача настоящей программы - оказывать помощь в организации этой работы.

В процессе подготовки рекомендуются обратить внимание на ряд моментов:

- а) прежде всего следуют ознакомиться с планом и методическими рекомендациями по

теме;

- б) внимательно изучить лекцию, прочитанную преподавателем;*
- в) прочитать соответствующий раздел учебника, учебного пособия;*
- г) изучить и законспектировать рекомендуемую литературу;*
- д) уточнить по словарю незнакомые термины и понятия.*

В заключении можно составить для себя краткий план ответа на вопросы занятия.

Ответу студентов на семинаре должны быть обоснованы примерами, доводами. При ответе необходимо анализировать все знания приобретенные ранее из различных источников: книг, журналов, сообщений лекторов и собственного опыта. Студент имеет возможность перед семинаром осуществить самооценку своих знаний, используя контрольные вопросы из данного пособия.

Важным этапом самостоятельной работы студента, подводящего итог учебного процесса, является экзаменационная сессия.

Специфическая задача работы студента, перед экзаменационной сессией и в период экзаменов заключается в повторении и систематизации материала, изученного в семестре, учебном году. Повторять следует не механически все изученное, а только трудные разделы программы, то, что забыто, требует глубокого и дополнительного обдумывания.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала. Самоповторение рекомендуется вести по темам программы или по главам учебного пособия, закончив работу над темой, необходимо ответить на вопросы учебника или задания.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях. Прежде всего, необходимо планировать как по времени, так по содержанию. Планировать занятия нужно так, чтобы в течении недели, месяца можно было бы заниматься ежедневно и равномерно.

Рейтинговая система оценки успеваемости студентов

Контроль и оценка учебных достижений студентов по дисциплине проводится по модульно-рейтинговой системе. Итоговые баллы по результатам изучения дисциплинарных модулей и всего курса основываются на интегральной оценке всех видов учебной (аудиторной, внеаудиторной, самостоятельной) деятельности. Модульно-рейтинговая система оценки учебной работы студентов опирается на следующие принципы:

- модульность, предполагающая формирование содержания образования в виде модулей;
- мониторинг, означающий непрерывный контроль текущей, аудиторной и самостоятельной работы студентов;
- рейтингование педагогических достижений студентов по завершению изучения каждого модуля;
- систематичность контроля;
- гласность для всех участников образовательного процесса результатов оценки учебной деятельности студентов;
- куммулятивность (накопительность) оценок при выполнении различных видов учебной деятельности, предусмотренных образовательной программой дисциплины.

Для решения задач дисциплины все участники образовательного процесса должны быть ознакомлены с порядком и правилами использования модульно-рейтинговой системы оценки учебной работы студентов.

Для реализации идей модульно-рейтинговой системы оценки учебных достижений студентов содержание образовательной программы, как правило, разбито на 2 дисциплинарных модуля. В каждом дисциплинарном модуле предусмотрено проведение лекционных и семинарских занятий, самостоятельное выполнение заданий. Изучение дисциплинарного модуля завершается промежуточным контролем. В конце изучения курса (всех дисциплинарных модулей) по желанию студентов проводится итоговое тестирование.

Модульно-рейтинговая система оценки является составной частью организации учебного процесса с использованием зачетных единиц. Рейтинговая оценка по учебному модулю складывается из количества баллов, набранных студентом за текущую, самостоятельную, учебную работу и баллов, полученных при промежуточном контроле по итогам изучения

данного модуля.

Текущий контроль по курсу включает:

- *лекционные занятия (2 часа)*: неявка на занятия – 0; посещение занятий – 1 балл; за конспектирование лекции или ее самостоятельное составление – 1 балл

- *семинарские занятия (2 часа)*: неявка на занятия – 0; посещение занятий – 1 балл; за работу на занятиях или самостоятельную работу – 2 балла. Максимальное количество баллов по результатам текущей работы и промежуточного контроля по дисциплинарному модулю (без учета бонусов) – 100 баллов (текущая работа – 50 баллов, промежуточный контроль – 50 баллов). Промежуточный контроль представляет собой выполнение тестовых заданий.

Дополнительные баллы (бонусы):

- инициативное решение учебных задач на занятиях – 1 балл;

- доклад на семинарском или практическом занятии – 2 балла.

Дополнительные баллы по результатам участия студентов в научно-исследовательской работе по дисциплине:

- реферат – 1 балл;

- публикация в печати – 4 балла;

- участие в работе научного кружка – 4 балла.

- доклады на научно-практической конференции: (институтской – 2 балла; университетской – 3 балла; республиканской – 4 балла; всероссийской – 5 баллов; международной – 6 баллов).

- участие в олимпиаде: (институтской – 1 балл; университетской – 2 балла; республиканской – 4 балла; Российской – 6 баллов; международной – 8 баллов).

Минимальное количество баллов, необходимое для получения положительной оценки (зачета) по данной дисциплине определено – 51 баллов.

После завершения изучения дисциплинарного модуля студенту предоставляется одна неделя для добора баллов.

Критерии и шкала оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания компетенций	Баллы	Оценка
Компетенции сформированы в полном объеме	81 и более	5 (отлично)
Компетенции в основном сформированы	65-80	4 (хорошо)
Компетенции сформированы частично	51-64	3 (удовл.)
Компетенции не сформированы	0-50	2 (неудовл./незачет)
Компетенции сформированы	51-100	зачет

12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Справочные правовые системы «КонсультантПлюс», «Гарант», «Кодекс» (доступны в любом компьютерном классе).

Доступ в Интернете к любым поисковым системам в любом компьютерном классе.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

На факультете имеется аудитория, оборудованная интерактивной доской, проектором, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных в помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстративные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, электронные ресурсы сети Интернет, а также калькуляторы.