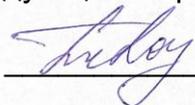


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой экономической теории
и мировой экономики
д.э.н., проф. Т.Н.Гоголева



20.04.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.07 Теория отраслевых рынков

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 38.03.01 Экономика
- 2. Профиль подготовки:** Экономика рынков
- 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра экономической теории и мировой экономики
- 6. Составители программы:** Смотрова Т.И., к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом экономического факультета ВГУ от 15.04.2021 г., протокол №4
- 8. Учебный год:** 2022/2023, 2023/2024 **Семестры:** 4, 5

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- знакомство с основными теоретическими и прикладными аспектами анализа реальных рыночных структур, присутствующих в современных экономических системах и формирование у обучающихся представления об экономике отраслевых рынков и методах решения экономических задач, возникающих в процессе их профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- определить особенности экономики отраслевых рынков как современного теоретического подхода к изучению микроэкономических систем;
 - ознакомиться с базовыми моделями, анализирующими рыночные структуры и моделями поведения фирм в условиях различных рыночных структур;
 - изучить методы анализа отраслевых рынков;
 - приобрести навыки самостоятельного анализа реальных рыночных структур и определения перспективной стратегии поведения фирм.

Дисциплина реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к вариативной части блока Б1.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Коды	Индикаторы	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	ПК-1.1	Описывает экономические процессы и явления в различных отраслях рынка, анализирует рыночную конъюнктуру и интерпретирует полученные результаты	<i>знать:</i> методики расчёта показателей; основные нормативно-правовые документы, содержащие информацию о возможностях использования соответствующих показателей для отчётности организации, а также определения структуры отраслевого рынка <i>уметь:</i> выбирать и применять соответствующие методы прогнозирования затрат при формировании прогнозов диапазона цен на товары, работы, услуги <i>владеть (иметь навык(и)):</i> методикой расчёта показателей для определения структуры отраслевого рынка
		ПК-1.2	Строит стандартные теоретические и эконометрические модели на основе анализа рынков, интерпретирует полученные результаты	<i>знать:</i> Порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг <i>уметь:</i> - Проводить исследования изменения цен на товары, работы, услуги; - Использовать различные методики и информационные интеллектуальные технологии расчета норм прибыли в составе цены на товары, работы, услуги. <i>владеть (иметь навык(и)):</i> расчета и анализа экономических показателей и ценообразующих факторов, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. – 6 ЗЕТ / 216 час.

Форма промежуточной аттестации - зачет, экзамен, курсовая работа.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость				
		Всего	По семестрам			
			4 семестр		5 семестр	
			ч.	ч., в форме ПП	ч.	ч., в форме ПП
Аудиторные занятия		64	48		16	
в том числе:	лекции	32	24		8	
	практические	32	24	4	8	4

Самостоятельная работа	116	60		56	
в том числе: курсовая работа (проект)	36	16		20	
Форма промежуточной аттестации (экзамен – 36 час.)	36				
Итого:	216	108	4	108	4

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
1. Лекции			
1.1	Введение в Теорию отраслевых рынков	Ретроспектива теории отраслевых рынков. Право и экономика. Организация рынков и международная торговля	-
1.2	Основные понятия некооперативной теории игр	Игры в нормальной форме. Игры в развёрнутой форме, повторяющиеся игры. Смешанные стратегии и несовершенство информации	-
1.3	Технология, производственные издержки и спрос	Технология и издержки. Функция спроса. Потребительский излишек. Квазилинейная функция полезности.	-
1.4	Совершенная конкуренция	Невозрастающая отдача от масштаба. Возрастающая отдача от масштаба. Ценообразование по предельным издержкам и общественное благосостояние.	-
1.5	Монополия	Задача максимизации прибыли монополии. Монополия и общественное благосостояние. Картель и многофабричная монополия. Монополия, производящая товары длительного пользования. Юридический подход к проблемам монополии и ценовой дискриминации.	-
1.6	Рынки однородных товаров	Модель Курно. Последовательные ходы. Модель Бертрана. Сравнение моделей Курно и Бертрана. Самоподдерживающийся сговор. Международная торговля однородными товарами. Рыночная структура Курно и однородные фирмы.	-
1.7	Рынки дифференцированных товаров	Простые модели с двумя дифференцированными товарами. Монополистическая конкуренция на рынке дифференцированных товаров. Адресные модели. Система обратных функций спроса. Существование равновесия в модели линейного города.	-
1.8	Концентрация, слияние и входные барьеры	Методы измерения концентрации. Слияния. Барьеры входа. Сдерживание входа. Состязательные рынки. Слияние и антитрестовое законодательство.	-
1.9	Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки	Инновация процессов. Гонка инноваций. Кооперация в сфере НИОКР. Патенты. Лицензирование инноваций. Патентное право. Правовой подход к совместным исследовательским предприятиям.	-
1.10	Экономика совместности и стандартов	Сетевые экстерналии. Сопутствующие услуги. Компонентный подход.	-
1.11	Реклама	Убеждающая реклама. Информационная реклама. Целевая реклама. Сравнительная реклама. Регулирование рекламной деятельности.	-
1.12	Качество, срок службы и гарантии	Персональный подход и качество товара. Качество и вертикальная товарная дифференциация. Рыночная структура, качество и срок службы. Выбор между постоянным усовершенствованием товара и продлением его срока службы. Рынки «лимонов». Игры с сигнализированием о качестве. Гарантии. Правовой подход к ответственности продавцов за товар.	-
1.13	Политика ценообразования: двойной тариф и пиковые цены	Двойной тариф. Неединые цены. Ценовая политика в периоды пикового спроса. Пиковые цены. «Управление» сезонностью.	-
1.14	Маркетинговая политика:	Продажа в пакетах и торговля наборами. Дилерство. Правовой подход к проблеме пакетирования и вертикальным	-

	усовершенствование товара и лидерство	ограничениям.	
1.15	Мониторинг, менеджмент, компенсации и регулирование	Проблема принципал-агент. Работа в команде. Конкуренция фирм и оплата менеджеров. Почему управленцам платят больше, чем рабочим. Регулирование деятельности фирмы при неизвестном уровне издержек.	-
1.16	Разброс цен и теория поиска	Разброс цен. Теория поиска. Модель поиска и разброс цен. Стратегия резервирования цены. Ожидаемое количество потребителей, находящихся в поиске.	-
1.17	Разнообразие отраслевых рынков	Экономика ресторанов. Экономика авиаперевозок. Экономика рыболовства. Экономика общественных дорог и перегруженность	-
1.18	Перспективы развития дисциплины	Текущие исследования в области отраслевых рынков. Медаль Кларка и награда Нобелевского комитета по экономике	-
2. Практические занятия			
2.1	Введение в Теорию отраслевых рынков	Необходимость рассмотрения Теории отраслевых рынков в качестве отдельной от прикладной микроэкономики дисциплины. Работа с литературой.	-
2.2	Основные понятия некооперативной теории игр	Поиск функций наилучшего ответа. Равновесие по Нэшу. Доминирующие стратегии. Парето эффективность.	-
2.3	Технология, производственные издержки и спрос	Определение поддерживающих и замещающих факторов производства на основе анализа производственной функции. Анализ издержек производства. Прямые и обратные функции спроса. Эластичность спроса и её практическое применение.	-
2.4	Совершенная конкуренция	Решение задач максимизации прибыли для фирмы – совершенного конкурента в условиях одной фирмы. Поиск параметров равновесия товарного рынка. Сравнение параметров конкурентного равновесия для разных по количеству фирм случаев. Поиск кривой предложения фирм и предложения агрегированного рынка.	-
2.5	Монополия	Ценообразование в условиях монополии. Динамика цены монополии в зависимости от показателей эластичности спроса. Рынок дискриминирующей монополии в сравнении с рынком недискриминирующей монополии: цены, объёмы производства, прибыли. Монополия и несколько периодов времени.	-
2.6	Рынки однородных товаров	Поиск параметров конкурентного равновесия для простейших рынков двух фирм с однородным товаром. Поиск равновесия в модели Курно и Штакельберга. Компаративистика моделей Курно и Бертрана на основе простейших задач: цены, объёмы производства, прибыли.	-
2.7	Рынки дифференцированных товаров	Прибыль фирмы и реклама: функции наилучшего ответа. Модель Хотеллинга и полезность потребителя. Модель Хотеллинга с квадратичными транспортными издержками.	-
2.8	Концентрация, слияние и входные барьеры	Расчёты индексов на основе реальных данных по отраслевым рынкам: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, Индекс Джинни и кривая Лоренца, показатели охвата и специализации. Слияние фирм, производящих комплиментарные товары и товары-субституты: последствия для рынка – цены, объёмы производства, общественное благосостояние.	-
2.9	Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки	Использование классификации инноваций для решения практических задач на основе данных о спросе и издержках. Решение задач по модели патентной гонки с n фирмами. Расчёт ожидаемой даты открытия на основе вероятности совершения открытия.	-
2.10	Экономика совместности и стандартов	Решение задач на основе подхода, изучающего роль дополнительных услуг при продаже. Использование «компонентного подхода» для ситуации с n потребителями	-

2.11	Реклама	Определение эластичности спроса по затратам на рекламу. Рекламные ассигнования на основе анализа функции спроса. Влияние изменения эластичности спроса на рекламные издержки.	-
2.12	Качество, срок службы и гарантии	Модифицированная модель Хотеллинга с вертикальной дифференциацией. Поиск рыночных долей фирм и количества потребителей в дифференцированной модели Хотеллинга с параметрическими условиями. Характеристика спроса и предложения для рынка «лимонов»	-
2.13	Политика ценообразования: двойной тариф и пиковые цены	Определение выгодности условий контракта для фирм в условиях возможности выбора между прямой ценой и двойной тарификацией посредника. Политика ценообразования транспортных компаний и транспортные издержки.	-
2.14	Маркетинговая политика: усовершенствование товара и лидерство	Модель смешенного связывания с выявленными параметрическими предпочтениями. Проблема единственного дилера.	-
2.15	Мониторинг, менеджмент, компенсации и регулирование	Проблема управления командой с известной производственной функцией. Растущая предельная отрицательная полезность усилий. Модель компенсаций менеджерам.	-
2.16	Разброс цен и теория поиска	Модель разброса цен с пренебрежительно малыми издержками потребителя. Модель оптимального поиска с различными типами магазинов.	-
2.17	Разнообразие отраслевых рынков	Модель работы авиакомпаний с заданной функцией издержек. Модель перегруженности.	-
2.18	Перспективы развития дисциплины	Возможные тематики научных исследований на основе текущей динамики отраслевых рынков России и мира: наиболее яркие примеры.	-

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)			
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1.	Теоретические предпосылки	6	6	14	26
2.	Структура и организация рынков	8	8	24	40
3.	Технология и структура рынка	4	4	24	32
4.	Маркетинг	6	6	16	28
5.	Роль информации	4	4	14	22
6.	Примеры отраслевых рынков	4	4	24	32
	Итого:	32	32	116	180

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

Основой успешного освоения дисциплины является работа с конспектами лекций, основной и дополнительной литературой, выполнение всех практических заданий, полученных в ходе семинарских занятий. Основное внимание в самостоятельной работе студентам стоит уделить рассмотрению надстроек моделей, приложений в учебных пособиях, а также математическим приложениям и выкладкам к разобранным на лекциях моделям. Тестирование в течение семестра и задания текущей аттестации содержат разобранные на занятиях модели и анализ отраслевых рынков.

Выполнение курсовой работы осуществляется по одному из выбранных отраслевых рынков и содержит его глубокий и всесторонний анализ.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Экономическая теория. Микроэкономика : учебник / [под ред. Т. Н. Гоголевой, П. А. Канапухина, С. П. Клиновой, В. В. Матершевой]. – 3-е изд., испр. и доп. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2013. – 338 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
-------	----------

1	Розанова, Н.М. Экономика отраслевых рынков : учебное пособие для бакалавров : [для студ. вузов, обуч. по экон. специальностям] / Н.М. Розанова ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. — Москва : Юрайт, 2013 .— 906 с. : ил., табл. — (Бакалавр. Углубленный курс)
2	Теория отраслевых рынков : Учебно-методическое пособие по направлению 521600 "Экономика" / Воронеж. гос. ун-т.; Сост. Гоголева Т.Н. — Воронеж, 2003 .— 23 с. — 13.00 .— <URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/apr03007.pdf>.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1	ЭБС «Университетская библиотека online»
2	ЭБС «Лань»
3	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ВГУ https://lib.vsu.ru/?p=4&t=8b
4	Теория отраслевых рынков: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
	Юсупова, Г. Ф. Теория отраслевых рынков : практикум / Г.Ф. Юсупова .— Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012 .— 280 с. — http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-7598-0920-3 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227298 >.
	Теория отраслевых рынков : Учебно-методическое пособие по направлению 521600 "Экономика" / Воронеж. гос. ун-т.; Сост. Гоголева Т.Н. — Воронеж, 2003 .— 23 с. — 13.00 .— <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/apr03007.pdf >.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Реализация учебной дисциплины предполагает применение дистанционных образовательных технологий (работу на образовательном портале «Электронный университет ВГУ» <https://edu.vsu.ru/>).

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебные аудитории для проведения учебных занятий (лекционных, практических), оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения: специализированная мебель, проектор, экран для проектора, компьютер с возможностью подключения к сети "Интернет", проводной микрофон, комплект активных громкоговорителей

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Темы 1-18	ПК-1 Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	ПК-1.1 Описывает экономические процессы и явления в различных отраслях рынка, анализирует рыночную конъюнктуру и интерпретирует полученные результаты	КИМ №1 КИМ №2 КИМ №3 КИМ №4 КИМ №5
			ПК-1.2 Строит стандартные теоретические и эконометрические модели на основе анализа рынков, интерпретирует полученные результаты	КИМ №1 КИМ №4 КИМ №5
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет, экзамен, курсовая работа				КИМ №6 КИМ №7 КИМ №8

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: контрольно-измерительного материала с теоретическими вопросами для проведения собеседования (индивидуальный опрос, фронтальная беседа), контрольно-измерительного материала с практическими заданиями (кейсы), тесты, индивидуальное задание (исследование) по выбранному отраслевому рынку, курсовая работа.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета.

Критерии оценивания приведены ниже.

Перечень вопросов для собеседования (КИМ №1):

1. Перечислите экономические аргументы, подтверждающие эффективность конкурентных рынков
2. Что такое Х-эффективность монополии?
3. Что представляют собой «потери мертвого груза» в результате монополизации экономики?
4. Кто является создателем концепции работающей (эффективной) конкуренции?
5. Как определяются вертикальные и горизонтальные границы фирмы в технологической теории?
6. Как определяются вертикальные и горизонтальные границы фирмы в рамках контрактной теории фирмы?
7. Перечислите основные параметры поведения фирмы, выступающие как факторы стратегического поведения фирмы
8. На что ориентированы показатели концентрации рынка в отличие от показателей монопольной власти?
9. Для рынка Х известны следующие данные о распределении рыночных долей производителей (%): 30, 15, 15, 15, 10, 10, 5. Вычислите все возможные показатели концентрации для отрасли. Является ли отрасль конкурентной? Монопольной?
10. Для рынка Х известны следующие данные о распределении рыночных долей производителей (%): 10, 15, 20, 25, 10, 5, 15. Вычислите все возможные показатели концентрации для отрасли. Является ли отрасль конкурентной? Монопольной?
11. На рынке В представлено 6 фирм, их рыночные доли (%): 44, 26, 12, 10, 4, 4. Ценовая эластичность спроса товара В = (-2,5). Определите отраслевой индекс Лернера и сделайте вывод об уровне монопольной власти на рынке.
12. На рынке В представлено 6 фирм, их рыночные доли (%): 25, 15, 10, 10, 20, 20. Ценовая эластичность спроса товара В = (-2). Определите отраслевой индекс Лернера и сделайте вывод об уровне монопольной власти на рынке.
13. В чем основное отличие определений рынка и отрасли?
14. В чем отличие вертикальной интеграции и диверсификации?
15. В чем принципиальное отличие стратегических и нестратегических барьеров входа в отрасль?
16. Для чего используется показатель «минимально эффективный объем выпуска»?
17. Перечислите ограничения увеличения положительного эффекта масштаба.
18. Объясните, в чем причины появления и содержание проблемы «недобросовестного поведения» («moral hazard»).
19. Объясните, в чем причины появления и содержание проблемы «негативного отбора» («adverse selection»).
20. Какие сигналы о качестве может подавать фирма-производитель товара высокого качества?
21. Когда используется низкая входная цена как сигнал о качестве товара?
22. Что представляет собой квазиконкурентный рынок и в каких ситуациях он возможен?
23. Что представляет собой квазимонопольный рынок и в каких ситуациях он возможен?
24. Какое влияние на долгосрочное равновесие на рынке с асимметрией информации о ценах играет численность информированных покупателей?
25. Какие факторы влияют на монопольную власть доминирующей фирмы в краткосрочном периоде?
26. Что такое абсолютное и относительное преимущество в издержках, которое может использовать доминирующая фирма в долгосрочном периоде и какие теоретические модели стратегического поведения основаны на этих видах преимуществ?
27. Как влияют вертикальная и горизонтальная дифференциация товара на концентрацию продавцов на рынке и монопольную власть?
28. С помощью каких показателей можно измерить дифференциацию товара?
29. Представьте в виде рисунка модель пространственной дифференциации товара Хотеллинга, укажите возможные области ценовой конкуренции и чистой монополии, назовите факторы, которые определяют пределы этих областей.
30. Представьте в виде рисунка модель пространственной дифференциации товара Салопа, назовите факторы, от которых зависит возможность ценовой конкуренции в данной модели.
31. От чего зависит оптимальный показатель доли расходов на рекламу в общей выручке фирмы

32. В чем основное отличие простой монополии от монополии с ценовой дискриминацией? Покажите его с помощью графика.
33. MR при использовании дискриминации третьей степени. Покажите на графике, как определить совокупную
34. К какой степени дискриминации можно отнести различные тарифы на электроэнергию для населения и организаций?
35. Объясните с точки зрения ценовой дискриминации надпись на большой упаковке стирального порошка «25% - бесплатно!».

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов.

Пример практических заданий (КИМ №2):

Практическое задание (кейс) содержит описание сложившейся ситуации на рынке. Необходимо изучить информацию и представить письменно ответы по вопросам с последующим обсуждением:

1. О каком рынке идет речь в статье?
2. Какие провалы характерны для данного рынка? Насколько серьезными они являются? Можно ли решить эту проблему частным, а не государственным образом?
3. Действует ли в данной отрасли эффект потенциальной конкуренции? В чем он может выражаться?
4. Предложите свой вариант оптимальной формы конкуренции для данного рынка.

На чужом поле (источник Ведомости, по материалам <https://www.comnews.ru/content/22475>)

Телекоммуникационные операторы, выросшие из инфраструктуры естественных монополистов, громко заявили о себе год-полтора назад, начав строительство новых линий дальней связи. И хотя их расчеты на рынок международной и междугородной телефонии не оправдались, строительство сетей продолжается. Деньги-то, по сути, государственные.

Монополизация междугородной и международной связи выполняет важную социально-экономическую роль – поддерживает искусственно установленные низкие тарифы на местную телефонную связь. "«Ростелеком» является центром в системе перекрестного субсидирования, т.е. перераспределения доходов в пользу местных операторов связи, – указывает Антон Осипчук, первый замгендиректора "Связьинвеста". – Я не думаю, что в области голосовой связи государство пойдет на демополилизацию в ближайшие несколько лет. Иначе ему придется согласиться с более чем двукратным повышением цен на телефонные услуги". С ним согласен аналитик ИК "Тройка Диалог" Евгений Голосной: "Ростелеком" задирает свои тарифы не от хорошей жизни, его заставляет система перекрестного субсидирования. Из каждого доллара, который абонент платит за звонок, например, в Нью-Йорк, 80 центов остается у региональной "Электросвязи". Но как раз явно завышенные тарифы "Ростелекома" и привлекли на этот рынок так называемых ведомственных операторов. "Все надеялись, что, предложив более низкие по сравнению с "Ростелекомом" тарифы, можно будет завоевать рынок, – говорит Голосной. – Но в ближайшее время "Связьинвест" будет защищать "Ростелеком", потому что иначе рухнут "Электросвязи" – у них нет другого источника доходов". Крупнейшими ведомственными сетями в России владеют МПС и "Газпром", а управляют их телекоммуникационным хозяйством соответственно "Транстелеком" и "Газтелеком" (они занимаются строительством сетей, а также постепенно переходят к операторской деятельности). Кроме того, амбициозные планы строительства собственной телекоммуникационной инфраструктуры реализует РАО ЕЭС. Далее других в создании собственной сети продвинулся "Транстелеком". В нашем случае организован крупный бизнес без процесса приватизации и без привлечения западных компаний. Из трех естественных монополий МПС оказалось наиболее активным именно потому, что его инфраструктура наиболее сложна", – говорит Константин Шаповаленко, президент "Транстелекома".

Компания уже построила 35 500 км волоконно-оптических линий связи (ВОЛС), из них 26 300 км запущено в эксплуатацию.

К концу года должно завершиться строительство сети протяженностью 45 000 км. Общий бюджет проекта составляет около \$1 млрд.

Но, несмотря на все технологические преимущества сети "Транстелекома", руководству МПС не удалось в прошлом году пролоббировать получение лицензии на дальнюю связь. Позиция Министерства связи непреклонна: в ближайшие 3–4 года монополизм "Ростелекома" сохранится. За это время он должен подготовиться к работе в условиях конкуренции, а в "Связьинвесте" пройдет реструктуризация. Учитывая этот не вполне удачный опыт, связисты из РАО ЕЭС избрали другую стратегию. "Мы долго оценивали телекоммуникационный рынок и несколько опоздали с образованием собственной большой компании типа "Транстелекома", – рассказал руководитель дирекции РАО ЕЭС по телекоммуникациям Андрей Марченко. Теперь планируется лишь сдавать емкости в аренду другим операторам. В частности, Марченко заявил о желании "избежать конкуренции с "Транстелекомом" и "Ростелекомом", рассматривая их как потенциальных покупателей волокон в наших линиях".

Вместе с тем РАО ЕЭС планирует масштабное расширение своей сети. Как рассказал Марченко, подготовлен меморандум о взаимопонимании с американской компанией "Corning Inc", о поставке волоконно-оптического кабеля на сумму \$700 млн (предполагается, что сделка пройдет при участии Eximbank). В разработку проектной документации и другие работы неназванными "венчурными инвесторами" уже вложено \$20 – 30 млн. Но компании нужно искать и стратегического инвестора, ведь общая стоимость сети превысит \$1 млрд. Сейчас развитие проекта тормозится в основном неопределенностью юридической базы, а именно – кому будет принадлежать инфраструктура ВОЛС протяженностью в 24 000 км. Марченко полагает, что этап привлечения новых инвесторов начнется в конце лета, когда проект будет утвержден Гостехкомиссией.

"Газтелеком" говорит о своих коммерческих планах на рынке еще более осторожно. "Наша основная задача – обеспечение технологических нужд транспортировки газа, – подчеркивает Андрей Горчаков, замгендиректора "Газтелекома". – Мне не очень нравится даже само слово "конкуренция". Ниши, которыми мы пользуемся, не дают оснований для конкуренции с "Ростелекомом" и "Связьинвестом", а тем более между ведомственными операторами. Нам хватает забот с тем, чтобы своих абонентов обеспечить связью. И это сохранится на долгое время".

При этом в отличие от других ведомственных операторов "Газтелеком" имеет не только выходы к границе, но и собственность за границей. К концу года завершится строительство ВОЛС вдоль газопровода Ямал – Европа, а в 2002 г. предполагается строительство линии в Турцию вдоль трассы газопровода "Голубой поток". Однако Горчаков не подтвердил, что у его компании есть конкретные планы сдавать эти емкости в аренду иностранным операторам. Он предпочел говорить об увязывании и взаимном резервировании линий с "Ростелекомом".

В условиях, когда телефонным трафиком загрузить новые сети невозможно, ведомственным операторам остается бороться за рынок новых услуг. Передачей данных внутри России они могут заниматься без ограничений. В категорию "новых услуг" попадает передача трафика сотовых операторов, предоставление доступа в Интернет, аренда каналов для организации компьютерных сетей между офисами крупных организаций (например, банков, страховых компаний или промышленных предприятий).

Впрочем, и тут легкой жизни для владельцев новых сетей не будет. Во-первых, даже существующая сеть "Ростелекома" используется лишь на половину мощности – в стране просто не хватает трафика данных. Кроме того, можно ожидать, что "Ростелеком" начнет снижать цены на свои услуги. "Ростелеком" пытался использовать передачу данных как еще один элемент перекрестного субсидирования и завышал цены. "Это должно быть исправлено в ближайшее время", – указал Антон Осипчук.

Но руководители ведомственных операторов не выглядят проигравшими. В частных беседах связисты указывают, что эти сети строились фактически на государственные деньги (за счет прибылей соответствующих естественных монополий). Построенная инфраструктура будет действовать при любом рыночном раскладе, а о возврате инвестиций впрямую никто не говорит.

Любой оператор корпоративной сети (в официальных документах это называют "выделенная сеть"), имеющей выходы за рубеж, может организовывать международные звонки только для внутренних нужд своего предприятия. Это может происходить совершенно помимо "Ростелекома". Присоединив свою ведомственную сеть к телефонным сетям общего пользования (т.е. получив лицензию на создание так называемой "наложенной сети"), оператор берет на себя ряд обязательств. В частности, весь входящий в Россию международный трафик он все равно должен пускать по каналам "Ростелекома", хотя у него и есть собственный кабель.

Это условие установлено для того, чтобы увеличить входящий международный трафик "Ростелекома" по отношению к исходящему – в этом случае снижаются платежи "Ростелекома" иностранным операторам.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту при незнании и непонимании студентом сущности поставленных вопросов.

Пример тестовых заданий (КИМ №3):

<p>Вопрос 1 Автор модели “линейного города” является:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ланкастер; • Салоп; • Саттон; • Хотеллинг 	<p>Вопрос 2 Близкие товары, на производство которых используются однородные ресурсы и схожие технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • взаимозаменяемые; • идентичные; • однородные; • субституты.
<p>Вопрос 3 В каких пределах находится величина показателя монопольной власти – коэффициент Лернера?</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0; • 1; • минус 1; • от 0 до 1 	<p>Вопрос 4 В модели Салопа увеличение барьеров входа и транспортных затрат приводит в долгосрочном плане к:</p> <ul style="list-style-type: none"> • нет прямой связи; • росту числа фирм; • сокращению числа фирм; • число фирм не изменится
<p>Вопрос 5 В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из:</p> <ul style="list-style-type: none"> • качества; • торговой марки; • упаковки; • уровня цены 	<p>Вопрос 6 В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):</p> <ul style="list-style-type: none"> • качества; • торговой марки; • упаковки; • уровня цены.
<p>Вопрос 7 В соответствии с Чикагской парадигмой в теории отраслевых рынков скидки на товары являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • дискриминацией на рынке; • несущественным фактором развития рынка; • стимулированием рынка; 	<p>Вопрос 8 Верно ли следующее утверждение? Равновесие Бертрана всегда приводит к установлению цены совершенно конкурентного рынка:</p> <p>да; нет.</p> <ul style="list-style-type: none"> •
<p>Вопрос 9 В соответствии с теоремой Дорфмана-Штайнера оптимальная доля расходов на рекламу увеличивается при:</p> <ul style="list-style-type: none"> • росте эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти; • росте эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти; • снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти; • снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти. 	<p>Вопрос 10 В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:</p> <ul style="list-style-type: none"> • исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм; • исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей; • исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках; • исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм; нет правильного ответа.
<p>Вопрос 11 Все условия Парето – оптимальности соблюдаются только при:</p> <ul style="list-style-type: none"> • монополистической конкуренции; • олигополии; • регулируемой монополии; • совершенной конкуренции. 	<p>Вопрос 12 Главным назначением методов и моделей анализа товарного рынка является подготовка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инвестиционных решений; • кадровых решений; • политических решений.
<p>Вопрос 13 Горизонтальная граница фирмы - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> • горизонт; • объем выпуска одного продукта • в рамках одной фирмы; • объем выпуска трех продуктов в рамках одной фирмы; 	<p>Вопрос 14 Д. Бэйн выделяет следующие отраслевые рынки со следующими барьерами входа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • легкими, затрудненными, непреодолимыми; • легкими, слабо затрудненными, сильно затрудненными, блокированными; • слабыми, средними, сильными.

<ul style="list-style-type: none"> • объем потребления продуктов в рамках региона. 	
<p>Вопрос 15 Значение коэффициента рыночной концентрации в интервале от 45% до 70% свидетельствует о:</p> <ul style="list-style-type: none"> • высоком уровне концентрации товарного рынка; • низком уровне концентрации товарного рынка; • нулевом уровне концентрации товарного рынка; • умеренном уровне концентрации товарного рынка. 	<p>Вопрос 16 Изучение отраслевых рынков с позиций определенного товара и определение границ рынка данного товара было предложено:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кейнсом; • Кузнецом; • Марксом; • Робинсоном
<p>Вопрос 17 Индекс, который показывает среднюю долю фирм, действующих на рынке, по натуральному алгоритму обратной ей величине, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Индекс Джинни; • Индекс Лернера; • Индекс Херфиндаля-Хиршмана; • Индекс энтропии. 	<p>Вопрос 18 К административным барьерам, которые регулируют получение прав на осуществление деятельности, относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> • лицензирование; • получение прав на аренду; • регистрация субъектов хозяйствования; • регистрация товарных знаков.
<p>Вопрос 19 К наиболее вероятным путям решения проблемы асимметрии информации относятся всё перечисленное, кроме:</p> <ul style="list-style-type: none"> • введение института независимых экспертов; • отсутствие гарантий по обслуживанию; • принятие соответствующих законодательных актов; • стандартизация и сертификация товаров. 	<p>Вопрос 20 К нестратегическим барьерам входа на рынок относится интеграция:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вертикальная; • горизонтальная; • прямая; • условная.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется если верно решено более 85% тестовых заданий.

Оценка **«хорошо»** выставляется при верных ответах 66-85% тестовых заданий.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется при верных ответах 41-65% тестовых заданий.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется если верных ответов менее 40%.

Пример практических заданий (практическая подготовка)

Исследование рынка (отрасли) (КИМ №4):

Рекомендуется следующая последовательность выполнения: изучить лекционный материал; прочитать основную и дополнительную литературу; осуществить поиск и анализ информации по выбранному рынку; подготовить отчет в письменном виде (3-5 страниц); представить результаты работы на семинарском занятии.

Материалы, полученные в ходе выполнения данного задания, рекомендуется использовать в курсовой работе.

Анализ структуры рынка

- определите границы рынка с точки зрения его пространственной протяженности (мировой, национальной, локальный) исходя из особенностей товара

- сделайте выборку предприятий, относящихся к данному рынку и рассчитайте коэффициент охвата.

- ранжируйте предприятия на рынке по убыванию объема реализации выбранного товара X.

- определите распределение долей фирмы на рынке, а также известные вам показатели концентрации продавцов на рынках (при этом объем рыночных продаж можно условно считать равным объему реализации). Сделайте выводы об уровне концентрации продавцов на рынке. К какому типу рынков, на ваш взгляд, можно отнести исследуемый вами?

- определите зависимость номенклатуры и индекса специализации от размера фирмы?

- разбейте предприятия на группы по степени концентрации рыночных продаж, значениям показателей специализации и номенклатурам (не менее 3 и не более 10 групп). Проанализируйте распределение предприятий внутри групп по концентрации рыночных продаж.

На основе данных о выпуске и данных о производственной мощности предприятия определите коэффициент использования производственной мощности на момент наблюдения. Сравните коэффициент использования производственной мощности со среднеотраслевым показателем. Сделайте выводы о характере отдачи от масштаба. Меняется ли коэффициент использования производственной мощности от крупных к

мелким предприятиям? Покажите распределение предприятий внутри групп по степени использования производственных мощностей.

Определите численность занятых в производстве товара X (рассчитывается как произведение индекса специализации на численность занятых)

Определите показатели реализации на одного занятого для каждого предприятия. Меняется ли этот показатель от крупных к мелким предприятиям? Ответить на этот вопрос можно, используя корреляционный анализ. Как распределяются предприятия внутри групп по производительности труда?

Определите характер размещения предприятий-производителей продукции по регионам. Сопоставив полученные данные с данными о доле транспортных расходов в цене приобретения товара, сделайте вывод о возможности монопольной власти на региональных рынках товара.

Определение географических границ рынка

- уровень затрат на транспортировку от продавца к покупателю – на какие расстояния осуществляется перевозка товара?

- существуют ли на данной территории административные ограничения на ввоз или вывоз данных товаров

- сопоставимы ли цены на соответствующие товары на данной территории

Характеристика товара

- является ли товар данного рынка однородным? Дифференцированным?

- выявить товары-заменители по спросу (по числу торговых марок, по данным опросов потребителей).

- какого типа дифференциация товара преобладает (горизонтальная, вертикальная), как это отражается на возможностях развития конкуренции на рынке

- что более важно для потребителя в показателях дифференциации – степень приверженности марке («транспортные расходы») или потребительские свойства товара («расстояние») при решении вопроса о выборе производителя - объясните свой ответ

- как зависит «максимальная готовность платить» покупателя (уровень доходов) на развитие данного рынка

- роль рекламы в развитии продуктовой дифференциации данного рынка

Определение барьеров входа-выхода.

- стратегические, нестратегические

- размер минимально эффективного выпуска

- какого рода эффект масштаба присутствует в данном производстве

- расчет показателя преимущества в издержках крупного предприятия

- существуют ли ограничения по использованию положительного эффекта масштаба? Какие?

- имеется ли в отрасли вертикально интегрированные фирмы, какого типа вертикальная интеграция преобладает и почему

- имеются ли в отрасли диверсифицированные фирмы, используйте в качестве показателя диверсификации количество товаров, производимых этими фирмами (при условии, что товары принадлежат к разным товарным группам)

- можно ли считать характеристики спроса (эластичность, темпы роста) в данной отрасли ограничениями входа в нее?

- существуют ли в отрасли особые барьеры для иностранцев

- имеются ли институциональные барьеры (система лицензий, гос. контроль над ценами, над уровнем доходности)

- имеются ли на данном рынке необратимые издержки входа и с чем они связаны

Ценовые стратегии производителей данного рынка

- используется ли «низкая входная цена»

- имеется ли ценовой сговор

- можно ли назвать существующие цены конкурентными

- используется ли ценовая дискриминация и какой степени (обоснуйте)

- какие условия, необходимые для ценовой дискриминации, присутствуют в данной отрасли:

наличие монопольной власти

наличие разных по ценовым оценкам товара и готовности платить за него покупателей

возможность исключить арбитраж и создать барьеры для него

возможность создать искусственные барьеры между секторами

- дайте оценку влияния ценовой дискриминации на потребителя по сравнению с обычной монопольной ценой.

Асимметричность рыночной информации

- определите причины асимметрии информации на данном рынке

- определите основные группы потребителей и производителей в зависимости от степени их информированности

- определите, в чем проявляются негативные последствия асимметрии информации («риска безответственного поведения» и «негативного отбора»)

- определите приблизительное соотношение доли производителей товара низкого и высокого качества на рынке

- определите, имеется ли с учетом издержек и максимальной готовности потребителя платить (уровня доходов) заинтересованность у производителя товара высокого качества производить свой товар, при каких условиях эта заинтересованность повышается
- как решается проблема асимметрии информации на данном рынке с помощью государственного регулирования
- как решается проблема асимметрии информации на данном рынке с помощью независимых организаций потребителей
- как решается проблема асимметрии информации на данном рынке с помощью целенаправленной политики самых производителей товаров высокого качества
- все ли потребители данного рынка имеют одинаковую информацию о ценах? Можно ли на этой основе утверждать об особенностях равновесия данного рынка?

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов.

Пример тем курсовой работы (КИМ №5):

Написание курсовой работы преследует цель формирования навыка работы с научной литературой, статистическими данными, периодическими изданиями. Тема курсовой работы выбирается по согласованию с руководителем. Информация, собираемая в ходе выполнения практического задания (КИМ №4) является основой для написания курсовой работы. В ходе подготовки курсовой работы установлены контрольные промежуточные точки, на которых студент отчитывается об итогах проделанной работы за отчетный период.

Темы работы формулируются по следующим направлениям:

1. Анализ конкурентной среды _____ (отрасль на выбор) отрасли в России.
2. Применение стратегии ценовой дискриминации на современных рынках России.
3. Особенности организации отраслевой структуры _____ (отрасль на выбор) в Воронежской области.
4. Определение географических и продуктовых границ рынка на примере различных отраслей и геолокаций.
5. Способы преодоления асимметрии информации о качестве на различных продуктовых рынках.

Примерный план и содержание курсовой работы:

Введение (Актуальность изучения структуры отрасли и рынка. Цель исследования. Задачи исследования. Предмет исследования. Объект исследования. Степень изученности проблемы. Источники информации по проблеме.)

1. Общая характеристика рынка.
 - 1.1. Определение границ рынка (географические, продуктовые, пространственные). Объем рынка. Производители на данном рынке – основные характеристики. Расчеты показателей концентрации, монопольной власти, степени охвата и степени специализации.
 - 1.2. Организационно-правовые формы компаний присутствующих на данном рынке.
 - 1.3. Барьеры входа-выхода на данном рынке.
 2. Особенности поведения фирм, присутствующих на данном рынке.
 - 2.1. Характеристика товара. Дифференциация товара, наличие избыточных производственных мощностей в отрасли. Горизонтальная и вертикальная дифференциация товара. Какие факторы принимают во внимание производители, определяя стратегию поведения (стратегия экономии на издержках, стратегия усиления горизонтальной дифференциации, стратегия усиления вертикальной дифференциации).
 - 2.2. Асимметрия информации на рынке. Стратегия продавцов товаров высокого качества. Как стимулирует производство качественных товаров государство.
 - 2.3. Ценовые стратегии, реализуемые продавцами на данном рынке (лидерство в ценах, самоубийственное поведение, издержки плюс, стратегия динамического ценообразования, ценовая дискриминация).
- Заключение (Выводы по всей работе).
- Список литературы (Оформить в соответствии с библиографическими требованиями).

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание понятийного аппарата дисциплины, теоретических положений и умения пользоваться ими.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту при полных, аргументированных ответах на вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и умения пользоваться им.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов.

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: курсовая работа, перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации в форме зачета и экзамена, контрольно-измерительный материал для проведения экзамена.

Для оценивания результатов обучения на зачете, экзамене используются следующие показатели:

- знание материала по вопросам и заданиям контрольно-измерительного материала;
- умение выделять существенные положения по поставленному в КИМе вопросу и представленному заданию;
- умение применять теоретические знания для анализа конкретных экономических ситуаций и решения прикладных заданий.

Зачет проводится в форме собеседования по вопросам, изучаемым в течение семестра.

Уровень сформированности компетенций на промежуточной аттестации в форме зачета оценивается по шкале «зачет - незачет».

Примерные вопросы к зачету (КИМ №6)

1. Основные подходы к анализу организации отраслевых рынков.
2. Основные концепции анализа деятельности фирмы.
3. Теория "структура - поведение - результат" и ее роль в исследовании отраслевых рынков.
4. Типы структур отраслевых рынков.
5. Факторы, определяющие структуру отрасли.
6. Концентрация в отрасли и ее определение.
7. Показатели концентрации фирм в отрасли.
8. Эффект масштаба и его влияние на концентрацию бизнеса (на примере конкретной отрасли).
9. Власть фирмы на рынке и ее определение. Показатели рыночной власти.
10. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
11. Стратегические барьеры входа.
12. Нестратегические барьеры входа.
13. Особенности поведения монополии на рынке.
14. Последствия монопольной власти.
15. Модель рынка с доминирующей фирмой.
16. Картельные соглашения фирм-олигополистов.
17. Особенности деятельности фирмы в условиях монополистической конкуренции (модель Чемберлина).
18. Понятие вертикальной интеграции и типы вертикального интегрирования.
19. Понятие ценовой дискриминации и ее применение. Типы ценовой дискриминации.
20. Особенности рынка естественной монополии (на примере конкретной отрасли).

Соотношение критериев оценивания компетенций, уровня сформированности компетенций и шкалы оценивания результатов обучения для зачета

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценивания
Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на все вопросы КИМа. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников основной и дополнительной литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Зачет</i>

Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на вопросы КИМа. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по КИМу при незначительных упущениях при ответах.	<i>Базовый уровень</i>	
Неполный и слабо аргументированный ответ, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы.	<i>Пороговый уровень</i>	
Обучающийся демонстрирует незнание и непонимание существа вопросов и заданий КИМа. При выставлении неудовлетворительной оценки, преподаватель должен объяснить студенту недостатки его ответа.	–	<i>Незачет</i>

Экзамен проводится в форме собеседования по вопросам курса и обсуждению практической ситуации.

Уровень сформированности компетенций на промежуточной аттестации в форме экзамене оценивается по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Перечень вопросов к экзамену (КИМ №7):

1. Предмет и метод анализа отраслевых рыночных структур. Два типа государственного воздействия на рыночные структуры: регулирование и антитрестовская политика.
2. Исходная парадигма «базовые условия рынка – структура – поведение- результат». Роль государственной политики в достижении рациональной рыночной структуры.
3. Понятие фирмы. Основные концепции фирмы в экономической теории. Основные характеристики фирмы.
4. Технологическая концепция фирмы – технологические границы фирмы, горизонтальные и вертикальные границы роста.
5. Аргументы в пользу конкуренции. Две основные концепции конкуренции. Чистая конкуренция. Совершенная конкуренция.
6. Распределение ресурсов в условиях конкуренции и монополии. Монополия и благосостояние страны. X-неэффективность монополии.
7. Основные черты, характеризующие рыночную структуру.
8. Рынки с доминирующей фирмой.
9. Показатели уровня концентрации на отдельных отраслевых рынках. Индекс Лернера. Индекс концентрации рынка. Индекс Херфиндала-Хиршмана. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс Джини. Индекс энтропии. Проблема выбора показателя.
10. Проблема определения границ рынка. Локальные, временные, продуктовые границы рынка. Разграничения рынка и отрасли.
11. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка. Нестратегические барьеры входа.
12. Эффект масштаба. Ограничения эффекта масштаба. Эффект масштаба и вертикальная интеграция. Вертикальная интеграция первого типа (интеграция ресурсов). Вертикальная интеграция второго типа (интеграция конечного продукта). Диверсификация деятельности фирмы. Дифференциация продукта.
13. Стратегические барьеры входа. Ценообразование, ограничивающее вход. Неценовые стратегии создания барьеров входа.
14. Монопольная власть доминирующей фирмы. Причины рыночной власти доминирующей фирмы: наличие преимуществ в издержках; возможность выпуска более качественной продукции; реклама, репутация, приверженность марке как причины доминирования; доминирование как результат картельного соглашения небольших фирм.
15. Анализ модели рынка с доминирующей фирмой и определение характеристик цены, назначаемой лидером.
16. Модель «самоубийственного поведения» (ценовая политика высоких цен доминирующей фирмы). Статические модели ценообразования, ограничивающего вход. Модель Бэйна. Модель Модильяни.
17. Причины неполноты информации. Асимметричная информация. Модель Акерлофа «рынок лимонов». Снижение общественного благосостояния при асимметрии информации.
18. Результаты асимметрии информации – «риск безответственного поведения» и «негативный отбор».
19. Пути решения проблем рынка с асимметричной информацией: деятельность государства, направленная на поддержание качества товаров; существование независимых организаций потребителей; целенаправленные действия производителей высококачественной продукции.
20. Виды государственной поддержки: стандартизация и сертификация продукции; контроль за рекламой; ценовая политика с целью предотвратить использование производителями низкокачественной продукции преимущества в издержках.
21. Поведение производителей высококачественной продукции: создание репутации фирмы; сигналы о качестве (предоставление гарантий, расточительные расходы, низкая входная цена).

22. Рынок дифференцированного продукта. Модели рынков дифференцированного товара.
23. Реклама на рынке дифференцированного продукта Реклама и структура рынка. Реклама в условиях олигополии. Реклама и концентрация продавцов. Реклама, монопольная власть и уровень прибыльности.
24. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения как форма взаимоотношений между продавцами с целью ограничения конкуренции.
25. Вертикальная интеграция как форма контроля над собственностью. Виды вертикальной интеграции.
26. Вертикальные ограничения как форма контроля над поведением.
27. Понятие «несовершенная конкуренция». Две основные формы несовершенной конкуренции: монополистическая конкуренция и олигополия.
28. Кооперированная олигополия. Условия, способствующие координации действий олигополий. Открытые и тайные соглашения.
29. Причины возникновения ценовой дискриминации. Условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация (первый тип); ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип дискриминации); ценовая дискриминация по группам потребителей (третий тип дискриминации).
30. Воздействие ценовой дискриминации на экономическое благосостояние. Воздействие на распределение доходов. Воздействие на экономическую эффективность.

Соотношение критериев оценивания компетенций, уровня сформированности компетенций и шкалы оценивания результатов обучения для экзамена

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на все вопросы и задания КИМа. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников основной и дополнительной литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Полный, исчерпывающий, аргументированный ответ на вопросы и задания КИМа. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по КИМу при незначительных упущениях при ответах на вопросы и выполнении заданий.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Неполный и слабо аргументированный ответ, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов и заданий, понятийного аппарата и обязательной литературы.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Обучающийся демонстрирует незнание и непонимание существа экзаменационных вопросов. При выставлении неудовлетворительной оценки, преподаватель должен объяснить студенту недостатки его ответа.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

Защита курсовой работы (КИМ №8)

По итогам написания курсовой работы проводится ее защита. Темы и содержание курсовой работы отражены в КИМ №5.

Курсовая работа должна быть выполнена в установленные сроки. На защиту предоставляется работа в шитом печатном виде в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению. Работы, представленные с нарушением требований, к защите не допускаются и возвращаются на доработку.

Примерные вопросы на защите курсовой работы:

1. Назовите источники информации, использованные при написании работы.
2. Какие показатели оценки рынка вами были рассчитаны?
3. Опишите границы выбранного рынка?
4. Дайте характеристику товаров (услуг) рынка.
5. Опишите существующие барьеры входа (выхода) с рынка.
6. Дайте характеристику участников рынка.
7. Существует ли на рынке ценовая дискриминация?

8. Дайте описание рыночной структуры рынка и аргументируйте принадлежность к типу рыночной структуры.

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** - ставится при выполнении следующих условий: тема работы содержательно полностью раскрыта, работа выполнена самостоятельно, не является плагиатом или компиляцией первоисточников, содержит достоверные и актуальные данные, содержит элементы научной новизны, продемонстрировано знание современных теоретических концепций и владение методами исследования, логичное и структурированное изложение материала, получены аргументированные выводы, контролируемые компетенции демонстрируются на высоком уровне.

Оценка **«хорошо»** - ставится при выполнении следующих условий: тема работы содержательно раскрыта, работа выполнена самостоятельно, процент заимствования допустим, содержит достоверные и актуальные данные, содержит элементы научной новизны, продемонстрировано знание современных теоретических концепций и владение методами исследования, логичное и структурированное изложение материала, отдельные недочеты в оформлении работы, получены аргументированные выводы, контролируемые компетенции демонстрируются на хорошем уровне.

Оценка **«удовлетворительно»** - ставится при выполнении следующих условий: тема работы содержательно недостаточно раскрыта, процент заимствования достаточно высок, содержит достоверные, но неактуальные данные, продемонстрировано знание современных теоретических концепций и владение методами исследования, отдельные недочеты в оформлении работы, получены недостаточно аргументированные выводы, контролируемые компетенции демонстрируются на удовлетворительном уровне.

Оценка **«неудовлетворительно»** - ставится при выполнении следующих условий: тема работы содержательно не раскрыта, процент заимствования достаточно высок, работа не является самостоятельной, содержит недостоверные, неактуальные данные, не продемонстрированы знание современных теоретических концепций и владение методами исследования, неверное оформление работы, получены выводы крайне слабо аргументированы или не обоснованы, контролируемые компетенции не демонстрируются.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практические задания, позволяющие оценить степень сформированности умений и навыков, и опыт деятельности, связанной с анализом реальных макроэкономических показателей.

Промежуточная аттестация по дисциплине с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) проводится в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/>)).

Обучающиеся, проходящие промежуточную аттестацию с применением ДОТ, должны располагать техническими средствами и программным обеспечением, позволяющим обеспечить процедуры аттестации. Обучающийся самостоятельно обеспечивает выполнение необходимых технических требований для проведения промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий.

Идентификация личности обучающегося при прохождении промежуточной аттестации обеспечивается посредством использования каждым обучающимся индивидуального логина и пароля при входе в личный кабинет, размещенный в ЭИОС образовательной организации.