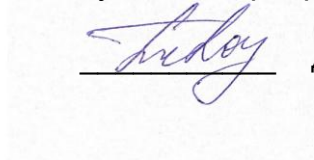


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

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

17.04.2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.06 Экономика отраслевых рынков

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 38.03.01 Экономика
- 2. Профиль подготовки:** Экономика, финансы, бизнес-аналитика
- 3. Квалификация выпускника:** бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра экономической теории и мировой экономики
- 6. Составители программы:** Смотровая Т.И., к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом экономического факультета ВГУ от 21.03.2024 г., протокол №3
- 8. Учебный год:** 2025/2026 **Семестры:** 3

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: вариативная часть 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 описывать экономические процессы и системы, осуществлять сбор числовой и нечисловой информации, строить теоретические и экономико-математические модели, анализировать и обосновывать возможные решения	ПК-1.1	Описывает экономические процессы и явления в различных отраслях рынка, анализирует рыночную конъюнктуру, строит стандартные теоретические модели	<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</i> (иметь навык(и)): методикой расчёта показателей для определения структуры отраслевого рынка
		ПК-1.5	Осуществляет расчет социально-экономических показателей	<i>знать</i> : основные социально-экономические показатели оценки рынка <i>уметь</i> : рассчитывать и анализировать социально-экономические показатели <i>владеть</i> (иметь навык(и)): основами предлагаемых для расчетов типовых методик
ПК-2	Способен применять информационные технологии для проведения анализа социально-экономических процессов и систем, бизнес-анализа, подготовки информационно-аналитических материалов и прогнозирования экономических показателей	ПК-2.2	Готовит информационные обзоры, определяет основные тенденции развития, моделирует бизнес-процессы с использованием информационных технологий и оформляет результаты в виде аналитических отчетов	<i>знать</i> : источники получения информации, необходимой для оценки мероприятий в области экономической политики на отраслевых рынках особенности принятия стратегических решений на уровне отдельных фирм и отраслевых рынков <i>уметь</i> : собирать и анализировать данные, необходимые для экономической оценки состояния отрасли; готовить информацию для принятия стратегических решений на уровне отдельных фирм и отраслевых рынков <i>владеть</i> навыками подготовки аналитических материалов, характеризующих экономическую политику, реализуемую на отраслевых рынках, в том числе государственную политику регулирования; навыками принятия стратегических решений на уровне отдельных фирм и отраслевых рынков

ПК-3	Способен учитывать влияние различных факторов при формировании прогнозов цен на товары, работы и услуги, в том числе с использованием статистических методов, баз данных и информационных интеллектуальных технологий	ПК-3.1	Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, анализирует рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм	<i>знать</i>: основные социально-экономические показатели, характеризующие состояние отраслевых рынков; особенности прогнозирования состояния отраслевых рынков с учетом изменяющегося уровня конкуренции, моделей поведения фирм и государственного регулирования <i>уметь</i>: выявлять основные показатели, характеризующие конкретные отраслевые рынки; выбирать методы прогнозирования соответствующие модели отраслевого рынка <i>владеть</i> (иметь навык(и)): прогнозирования основных социально-экономических показателей деятельности предприятия и функционирования отраслевых рынков
------	---	--------	--	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. – 5 ЗЕТ / 180 час.

Форма промежуточной аттестации - экзамен, курсовая работа.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			5 семестр
Аудиторные занятия		72	72
в том числе:	лекции	36	36
	практические	36	36
Самостоятельная работа		72	72
в том числе: курсовая работа (проект)		36	36
Форма промежуточной аттестации		36	экзамен - 36
Итого:		180	180

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 экономику отраслевых рынков, предмет и методология	Ретроспектива теории отраслевых рынков. Понятие, задачи исследования. Историческое развитие теории отраслевых рынков. Современные направления в теории отраслевых рынков. Гарвардская и чикагская школы. Методологические отличия. Теория квазиконкурентных рынков.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
1.2	Сущность, виды, границы отраслевых рынков. Структура отраслевого рынка	Потенциальная конкуренция как принципиально новый подход в позитивном и нормативном анализе рыночных структур. Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность. Поведение фирмы в рыночной среде. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке. Теория игр и развитие представлений о структуре рынков.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
1.3	Барьеры входа и выхода на рынки	Определение барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Виды нестратегических барьеров. Виды стратегических барьеров. Эффективность политики создания отраслевых барьеров. Условия квазиконкурентности. Барье-	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273

		ры входа - выхода в Российской экономике.	
1.4	Конкуренция и монополия на рынке	Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квазиконкурентные рынки. Квазимонопольные рынки. Классификация критериев работающей конкуренции: структурные, поведенческие, функциональные. Потери общества от монопольной власти. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бейна. Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу. Сравнительная эффективность производства в условиях свободной конкуренции и монополии. Формы проявления монополизма в российской экономике	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
1.5	Рынки однородных товаров и дифференцированных товаров	Определение и условия квазимонопольного поведения фирмы на рынке. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы. Виды дифференциации продукта. Рыночная структура Курно и однородные фирмы. Модели пространственной дифференциации Хотеллинга и Салопа. Модель Ланкастера. Модели вертикальной дифференциации продукции. Реклама как фактор дифференциации товара.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
1.6	Поведение доминирующей фирмы на рынке	Определение доминирующей фирмы на рынке. Причины возникновения доминирующей фирмы. Сопоставление эффективности и потерь благосостояния рынков монополии и доминирующей фирмы. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" ценообразования. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
1.7	Вертикальные ограничения и вертикальная интеграция	Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Стимулы к вертикальной интеграции. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Вертикальные взаимодействия в обществе (на примере разных отраслей). Виды вертикальной интеграции. Оценка последствий вертикальной интеграции для экономики: изменение эффективности функционирования, технологические изменения, вертикальный внешний эффект, горизонтальный внешний эффект. Особенности вертикальных отношений в России.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
1.8	Разнообразие отраслевых рынков	Экономика ресторанов. Экономика авиаперевозок. Экономика рыболовства. Экономика общественных дорог и перегруженность. Экономика социальной сферы. ESG-концепция разви-	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273

		тия рынков.	
1.9	Государственная отраслевая политика	Типы отраслевой политики по используемым методам (пассивная, активная), по выдвинутым целям (защитная, наступательная) и их сочетание. Антимонопольная политика. Внешнеторговая политика. Текущие исследования в области отраслевых рынков. Медаль Кларка и награда Нобелевского комитета по экономике	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2. Практические занятия			
2.1	Введение в экономику отраслевых рынков, предмет и методология	Необходимость рассмотрения Теории отраслевых рынков в качестве отдельной от прикладной микроэкономики дисциплины. Базовая парадигма гарвардской школы «Структура – поведение – результативность». Работа с литературой.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.2	Сущность, виды, границы отраслевых рынков. Структура отраслевого рынка	Современная теория фирмы. Объяснение особенностей поведения фирм на отраслевых рынках. Доминирующие стратегии. Парето эффективность.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.3	Барьеры входа и выхода на рынки	Классификация отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.4	Конкуренция и монополия на рынке	Эффективность конкурентных рынков. Работающая конкуренция. Критерии работающей конкуренции. Ценообразование в условиях монополии. Динамика цены монополии в зависимости от показателей эластичности спроса.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.5	Рынки однородных товаров и дифференцированных 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. Факторы разнообразия товаров на российских рынках.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.6	Поведение доминирующей фирмы на рынке	Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель ценового лидерства. Условия возникновения "ценового зонтика". Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.7	Вертикальные ограничения и вертикальная интеграция	Формы вертикальных ограничений на рынках: нелинейные цены, поддержание максимальной/минимальной цены, количественное фиксирование объема товара, система «исключительной территории», ограничение числа дистрибьюторов, совместное финансирование усилий по продвижению товара, связанные продажи.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273
2.8	Разнообразие отраслевых рынков	Расчёты индексов на основе реальных данных по отраслевым рынкам: индекс концентрации, индекс	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273

		Херфиндаля-Хиршмана, Индекс Джинни и кривая Лоренца, показатели охвата и специализации. Кейсы по отраслевым рынкам.	
2.9	Государственная отраслевая политика	Основные направления государственной отраслевой политики. Возможные тематики научных исследований на основе текущей динамики отраслевых рынков России и мира: наиболее яркие примеры.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10273

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)			
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1.	Введение в экономику отраслевых рынков, предмет и методология	2	2	6	10
2.	Сущность, виды, границы отраслевых рынков. Структура отраслевого рынка	4	4	8	16
3.	Барьеры входа и выхода на рынки	4	4	8	16
4.	Конкуренция и монополия на рынке	4	4	8	16
5.	Рынки однородных товаров и дифференцированных товаров	4	4	8	16
6.	Поведение доминирующей фирмы на рынке	4	4	8	16
7.	Вертикальные ограничения и вертикальная интеграция	4	4	8	16
8.	Разнообразие отраслевых рынков	6	8	12	26
9.	Государственная отраслевая политика	4	2	6	12
	Итого:	36	36	72	144

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 / Т. Н. Гоголева, П. А. Канапухин, С. П. Клинова [и др.] ; научные редакторы: Т. Н. Гоголева [и др.] ; Воронежский государственный университет 4-е изд., испр. и доп. Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2021 442 с. : ил., табл. ; 21 см ISBN 978-5-9273-3172-7 Текст : непосредственный
2	Экономическая теория. Макроэкономика : учебник / Воронежский государственный университет ; под редакцией Т. Н. Гоголевой 4-е изд., испр. и доп. Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2023 413, [1] с. : ил. ; 21 см ISBN 978-5-9273-3679-1 Текст : непосредственный

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	Лагун, А. А. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.01 экономика / Лагун А. А. Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2017. 112 с. ISBN 978-5-98076-229-2
3	Воронина, Е. А. Теория отраслевых рынков [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Воронина Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. - 98 с.

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

№ п/п	Ресурс
1	ЭБС «Университетская библиотека online»
2	ЭБС «Лань»
3	Информационно-телекоммуникационная система «Контекстум»
4	Образовательная платформа «ЮРАЙТ»
5	Электронная библиотека ВГУ https://ruslan-neo.lib.vsu.ru/pwb-lib/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Рой, Л.В. Анализ отраслевых рынков : учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Экон. фак. Москва : Проспект, 2018. - 440, [1] с. : ил., табл. ISBN 978-5-392-20474-8

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

Программа курса реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.

Образовательный процесс по дисциплине поддерживается средствами электронной информационно-образовательной среды Университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплины (Образовательный портал "Электронный университет ВГУ". Режим доступа - <https://edu.vsu.ru/>), к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе, через личный кабинет обучающегося и преподавателя. Взаимодействие между участниками образовательного процесса реализуется, в том числе посредством сети Интернет.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

ПО: Win7, MS Office Профессиональный плюс 2010.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория / специальное помещение для занятий лекционного типа	Мультимедиа-проектор, экран для проектора, ПК, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры с выходом в сеть Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)

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 1-9	ПК-1 Способен описывать экономические процессы и системы, осуществлять сбор числовой и нечисловой информации, строить теоретические и экономико-математические модели, анализировать и обосновывать возможные решения	ПК-1.1 Описывает экономические процессы и явления в различных отраслях рынка, анализирует рыночную конъюнктуру, строит стандартные теоретические модели	КИМ №1 КИМ №2 КИМ №3 КИМ №4 КИМ №5
			ПК-1.5 Осуществляет расчет социально-экономических показателей	КИМ №1 КИМ №4 КИМ №5
2.	Темы 1-9	ПК-2 Способен применять информационные технологии для проведения анализа социально-экономических процессов и систем, бизнес-анализа, подготовки информационно-аналитических материалов и прогнозирования экономических показателей	ПК-2.2 Готовит информационные обзоры, определяет основные тенденции развития, моделирует бизнес-процессы с использованием информационных технологий и оформляет результаты в виде аналитических отчетов	КИМ №1 КИМ №2 КИМ №3 КИМ №4 КИМ №5
3	Темы 1-9	ПК-3 Способен учитывать влияние различных факторов при формировании прогнозов цен на товары, работы и услуги, в том числе с использованием статистических методов, баз данных и информационных интеллектуальных технологий	ПК-3.1 Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, анализирует рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм	КИМ №1 КИМ №2 КИМ №3 КИМ №4 КИМ №5
Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен, курсовая работа				КИМ №6 КИМ №7

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 X 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 B представлено 6 фирм, их рыночные доли (%) : 44, 26, 12, 10, 4, 4. Ценовая эластичность спроса товара B = (-2,5). Определите отраслевой индекс Лернера и сделайте вывод об уровне монопольной власти на рынке.
12. На рынке B представлено 6 фирм, их рыночные доли (%) : 25, 15, 10, 10, 20, 20. Ценовая эластичность спроса товара B = (-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 Салопы, 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 ем-

кости 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 существа поставленных вопросов.

Пример тестовых заданий (КИМ №3):

Вопрос 1 Автор модели "линейного города" является: • Ланкастер; • Салоп; • Саттон; • Хотеллинг	Вопрос 2 Близкие товары, на производство которых используются однородные ресурсы и схожие технологии: • взаимозаменяемые; • идентичные; • однородные; • субституты.
Вопрос 3 В каких пределах находится величина показателя монопольной власти – коэффициент Лернера? • 0; • 1; • минус 1; • от 0 до 1	Вопрос 4 В модели Салопа увеличение барьеров входа и транспортных затрат приводит в долгосрочном плане к: • нет прямой связи; • росту числа фирм; • сокращению числа фирм; • число фирм не изменится
Вопрос 5 В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из: • качества; • торговой марки; • упаковки; • уровня цены	Вопрос 6 В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты): • качества; • торговой марки; • упаковки; • уровня цены.
Вопрос 7 В соответствие с Чикагской парадигмой в	Вопрос 8 Верно ли следующее утверждение? Рав-

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 локаций.
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. Оформление работы выполнено в соответствии со стандартом.

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

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

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при незнании и непонимании студентом существа поставленных вопросов. Оформление работы грубо нарушает стандарт.

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация предполагает 2 этапа. Первый этап – проведение письменной работы, включающей тестовые задания и задания с открытыми вопросами. Второй этап – собеседование.

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: вопросы для собеседования.

20.2.1. Тестовые задания и задания с открытыми вопросами для промежуточной аттестации

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое отрасль?

- совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии;

- совокупность предприятий, утвержденных законодательно;

- совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок;

- совокупность предприятий со схожими группами покупателей

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое горизонтальная граница рынка?

- объем выпуска одного продукта в рамках одной фирмы;

- горизонт;

- объем потребления продуктов в рамках региона;

- объем выпуска трех продуктов в рамках одной фирмы.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Д. Бэйном выделены следующие отраслевые рынки со следующими барьерами входа:

- легкими, слабо затрудненными, сильно затрудненными, блокированными;
- легкими, затрудненными, непреодолимыми;
- слабыми, средними, сильными;
- слабыми, средними, насыщенными.

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Что является объектом экономического анализа отрасли?

- **хозяйственная деятельность, которая включает материальные, экономические и социальные процессы;**
- сбор и обработка материалов и принятия управленческих решений;
- совокупность производственных отношений во взаимосвязи с производственными силами;
- материальные и социальные процессы деятельности предприятия.

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Прием группировки данных при анализе отраслевых показателей заключается в:

- **выделении из совокупности исследуемых явлений качественно однородных типов, групп по существенным признакам;**
- определении связи отдельных факторов на обобщающий результат;
- корректировке показателя, принятого за основу сравнения
- установлении равновесия между несколькими однородными и взаимосвязанными показателями.

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1.

Система экономических отношений, связей хозяйствующих субъектов, которые принимают решения самостоятельно.

Ответ: Рынок.

ЗАДАНИЕ 2.

Барьеры, создаваемые фундаментальными условиями отрасли, факторами объективного характера и по большей части независимые от деятельности фирмы или слабо поддающиеся ее воздействию.

Ответ: Нестратегические.

ЗАДАНИЕ 3.

Показатель, измеряющий сумму рыночных долей крупнейших фирм на отраслевом рынке это индекс ...

Ответ: концентрации.

ЗАДАНИЕ 4.

Как называется взаимосвязь исследуемого показателя отрасли с факторными, передаваемая в форме конкретного математического уравнения?

Ответ: моделирование.

ЗАДАНИЕ 5.

Как называется анализ охватывающий все уровни управления отраслью — от основного (предприятия) до высшего звена (отрасли народного хозяйства)

Ответ: отраслевой.

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

20.2.2. Примерные вопросы для собеседования

Теория отраслевых рынков

Перечень вопросов к экзамену (КИМ №6):

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. Х-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 преимуществ 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 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.

нация 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>
Неполных 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 №7)

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 сшитом 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 ма-

териала, 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, грубые 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.

Описание технологии проведения

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

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

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, позволяющие оценить степень сформированности умений и навыков,

При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.

Задания раздела 20.2.1. рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных знаний по результатам освоения данной дисциплины (См. Приложение)

Комплект диагностических заданий по дисциплине

Экономика отраслевых рынков

ПК-1 Способен описывать экономические процессы и системы, осуществлять сбор числовой и нечисловой информации, строить теоретические и экономико-математические модели, анализировать и обосновывать возможные решения

ПК-1.1 Описывает экономические процессы и явления в различных отраслях рынка, анализирует рыночную конъюнктуру, строит стандартные теоретические модели

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое отрасль?

- **совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии;**
- совокупность предприятий, утвержденных законодательно;
- совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок;
- совокупность предприятий со схожими группами покупателей

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое горизонтальная граница рынка?

- **объем выпуска одного продукта в рамках одной фирмы;**
- горизонт;
- объем потребления продуктов в рамках региона;
- объем выпуска трех продуктов в рамках одной фирмы.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Д. Бэйном выделены следующие отраслевые рынки со следующими барьерами входа:

- **легкими, слабо затрудненными, сильно затрудненными, блокированными;**
- легкими, затрудненными, непреодолимыми;
- слабыми, средними, сильными;
- слабыми, средними, насыщенными.

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1.

Система экономических отношений, связей хозяйствующих субъектов, которые принимают решения самостоятельно.

Ответ: Рынок.

ЗАДАНИЕ 2.

Барьеры, создаваемые фундаментальными условиями отрасли, факторами объективного характера и по большей части независимые от деятельности фирмы или слабо поддающиеся ее воздействию.

Ответ: Нестратегические.

ЗАДАНИЕ 3.

Показатель, измеряющий сумму рыночных долей крупнейших фирм на отраслевом рынке это индекс ...

Ответ: концентрации.

ПК-1.5 Осуществляет расчет социально-экономических показателей

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Что является объектом экономического анализа отрасли?

- **хозяйственная деятельность, которая включает материальные, экономические и социальные процессы;**
- сбор и обработка материалов и принятия управленческих решений;
- совокупность производственных отношений во взаимосвязи с производственными силами;
- материальные и социальные процессы деятельности предприятия.

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Прием группировки данных при анализе отраслевых показателей заключается в:

- **выделении из совокупности исследуемых явлений качественно однородных типов, групп по существенным признакам;**
- определении связи отдельных факторов на обобщающий результат;
- корректировке показателя, принятого за основу сравнения
- установлении равновесия между несколькими однородными и взаимосвязанными показателями.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Экономический анализ отрасли за время анализируемого периода делится на:

- **предварительный (перспективный), полный (заключительный);**
- социально-экономический;
- последовательный, частичный;
- оперативный, периодический.

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1.

Как называется метод, основанный на относительных показателях, выражающих отклонение уровня данного явления от уровня его в прошлом времени?

Ответ: индексный.

ЗАДАНИЕ 2.

Как называется взаимосвязь исследуемого показателя отрасли с факторными, передаваемая в форме конкретного математического уравнения?

Ответ: моделирование.

ЗАДАНИЕ 3.

Как называется анализ охватывающий все уровни управления отраслью — от основного (предприятия) до высшего звена (отрасли народного хозяйства)

Ответ: отраслевой.

ПК-2 Способен применять информационные технологии для проведения анализа социально-экономических процессов и систем, бизнес-анализа, подготовки информационно-аналитических материалов и прогнозирования экономических показателей

ПК-2.2 Готовит информационные обзоры, определяет основные тенденции развития, моделирует бизнес-процессы с использованием информационных технологий и оформляет результаты в виде аналитических отчетов

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Какие из нижеперечисленных методов прогнозирования экономических показателей являются качественными?

- **Экспертные оценки;**
- Анализ временных рядов;
- Регрессионный анализ;
- Метод наименьших квадратов.

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Какой из следующих методов моделирования широко используется для оценки экономических воздействий различных сценариев политики?

- **Линейная регрессия;**
- Фрактальный анализ;
- Теория вероятностей;
- Анализ временных рядов.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Какой тип модели используется для оценки влияния факторов спроса и предложения на цены?

- **Модель равновесия спроса и предложения;**
- Марковская цепь;
- Метод Монте-Карло;
- Стохастическая модель.

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1.

Повторяющийся процесс смены фаз экономической активности (2 слова)

Ответ: Экономический цикл.

ЗАДАНИЕ 2.

Экономика, в которой основным способом получения благ является их поиск в природе, называется...

Ответ: добывающей.

ЗАДАНИЕ 3.

Результаты производственно-экономической деятельности предприятия с точки зрения эффективности производства характеризуется показателем

Ответ: чистая прибыль.

ПК-3 Способен учитывать влияние различных факторов при формировании прогнозов цен на товары, работы и услуги, в том числе с использованием статистических методов, баз данных и информационных интеллектуальных технологий

ПК-3.1 Выбирает методику и инструменты проведения комплексного исследования рынка, анализирует рыночную конъюнктуру и эффективность деятельности фирм

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Рыночной организацией экономики управляют:

- **потребители и их спрос на продукцию;**
- отдельные и наиболее удачливые предприниматели;
- стихийные импульсы экономических процессов;

- стейкхолдеры.

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Установление нижнего предела цен на продукцию сельского хозяйства приведёт к:

- **возникновению излишков сельскохозяйственной продукции;**
- снижению затрат налогоплательщиков на финансирование поддержки цен на этом уровне;
- снижению расходов на строительство хранилищ сельхозпродукции;
- росту затрат в сфере АПК.

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Экстенсивным фактором развития производства является:

- **увеличение объёма инвестиций при сохранении существующего уровня технологии;**
- снижение материалоемкости;
- повышение квалификации работников;
- рост заработной платы в отрасли.

2) открытые задания (повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1.

В экономике расширение активности крупных фирм, объединений, предприятий и целых отраслей, выходящее за рамки основного бизнеса, с целью обеспечения эффективности работы, упрочения своего положения на различных рынках называется

Ответ: Диверсификация

ЗАДАНИЕ 2.

Специализация, которая основана на сосредоточении деятельности предприятий на выпуске однородной продукции.

Ответ: Предметная.

ЗАДАНИЕ 3.

Деление системы народного хозяйства по территориальным образованиям — зонам, районам разного уровня, промышленным центрам, узлам — это _____ структура.

Ответ: территориальная.