

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
« 25 » апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

По направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль: «Маркетинг»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» – ____ с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 970, с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г.).

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг» ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»
Герцик В.А.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга 11 апреля 2023 г., протокол № 14.

Заведующий кафедрой маркетинга  Максимова Т.С.

Переутверждена: «__» _____ 20__ г., протокол № ____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы 12 апреля 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической
комиссии института

 Резник А.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – развитие и углубление навыков экономического анализа и оценки поведения фирмы в условиях разных типов рыночных структур и отраслевой политики государства.

Задачи:

- дать представление о концепциях рыночных структур, функциях основных звеньев рыночной экономики;
- изучить закономерности, как рыночного поведения фирмы, так и ее внутренней организации, принципов принятия ею оптимальных экономических решений, основ взаимодействия субъектов экономики;
- дать представление о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;
- развивать практические навыки микроэкономического анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционированию отраслей экономики для оценки их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательного процесса.

Дисциплина базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Макроэкономика», «Микроэкономика».

Знания, полученные в ходе изучения данного курса, являются необходимыми для более углубленного понимания содержания дисциплин: «Маркетинг», «Менеджмент» «Маркетинговые исследования», «Международный маркетинг».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач.	знать: - основные теоретические положения и ключевые концепции современной теории отраслевых рынков; - основные модели, применяемые при изучении рыночных структур; уметь: использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности владеть: методологией исследования проблем развития теории отраслевых рынков
	УК-1.3. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата:	знать: тенденции развития отраслевых рынков в отечественной и зарубежной экономиках уметь: применять выводы, сделанные на основе анализа отраслевых рынков зарубежных стран, для долгосрочного прогнозирования развития рынков в России владеть: навыками систематической работы со статистической и справочной литературой, публикациями по современной теории отраслевых рынков

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)	108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	48	8
Лекции	24	4
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	4
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	60	100
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Общие понятия теории (экономики) отраслевых рынков

Понятие и сущность теории (экономики) отраслевых рынков. Субъекты отраслевого рынка. Подходы к изучению организации отраслевых рынков.

Тема 2. Рынок и отрасль. Основные характеристики структуры отраслевых рынков

Понятие рынка, отрасли, структуры отраслевых рынков. Подходы к определению границ отраслевого рынка. Фирма как основной субъект отраслевого рынка.

Тема 3. Монополия и ее значение на отраслевом рынке

Естественная монополия и методы ее регулирования. Ценообразование и максимизация прибыли в условиях монополии. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка. Последствия монопольной власти. Ценовая дискриминация.

Тема 4. Экономические теории олигополистического образования

Классификация некооперативных моделей поведения. Олигополия: кооперативное поведение.

Тема 5. Ценовая политика доминирующей фирмы на товарном рынке

Характеристика отраслевого рынка с доминирующей фирмой. Власть фирм на отраслевом рынке. Показатели рыночной власти. Ценовая политика доминирующей фирмы.

Тема 6. Неценовые стратегии фирмы

Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Модели дифференциации. Технологические изменения, патенты и инновации.

Тема 7. Вертикальная и горизонтальная интеграция и ограничения

Понятие и виды интеграции. Виды вертикальной интеграции. Побудительные мотивы фирм к вертикальной интеграции.

Тема 8. Промышленная политика государства в отношении рыночных структур

Государственная отраслевая политика. Антимонопольная политика государства.

Тема 9. Опыт стран с развитой рыночной экономикой в проведении антимонопольной политики

Антимонопольная политика в США. Антимонопольная политика в Западной Европе. Антимонопольная политика отдельных развитых стран.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Общие понятия теории (экономики) отраслевых рынков	2	1
2.	Рынок и отрасль. Основные характеристики структуры отраслевых рынков	2	
3.	Монополия и ее значение на отраслевом рынке	4	
4.	Экономические теории олигополистического образования	4	2
5.	Ценовая политика доминирующей фирмы на товарном рынке	4	
6.	Неценовые стратегии фирмы	2	
7.	Вертикальная и горизонтальная интеграция и ограничения	2	1
8.	Промышленная политика государства в отношении рыночных структур	2	
9.	Опыт стран с развитой рыночной экономикой в проведении антимонопольной политики	2	
Итого:		24	4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Общие понятия теории (экономики) отраслевых рынков	2	1
2.	Рынок и отрасль. Основные характеристики структуры отраслевых рынков	2	

3.	Монополия и ее значение на отраслевом рынке	4	1
4.	Экономические теории олигополистического образования	4	
5.	Ценовая политика доминирующей фирмы на товарном рынке	4	1
6.	Неценовые стратегии фирмы	2	
7.	Вертикальная и горизонтальная интеграция и ограничения	2	1
8.	Промышленная политика государства в отношении рыночных структур	2	
9.	Опыт стран с развитой рыночной экономикой в проведении антимонопольной политики	2	
Итого:		24	4

4.5 Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Общие понятия теории (экономики) отраслевых рынков	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	7	11
2	Рынок и отрасль. Основные характеристики структуры отраслевых рынков	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	7	11
3	Монополия и ее значение на отраслевом рынке	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	7	11
4	Экономические теории олигополистического образования	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	7	11

5	Ценовая политика доминирующей фирмы на товарном рынке	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	7	11
6	Неценовые стратегии фирмы	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	7	11
7	Вертикальная и горизонтальная интеграция и ограничения	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	6	11
8	Промышленная политика государства в отношении рыночных структур	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	6	11
9	Опыт стран с развитой рыночной экономикой в проведении антимонопольной политики	Работа с учебной, научной и справочной литературой. Подготовка к практическим занятиям и текущему контролю	6	12
Итого:			60	100

4.6. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Теория отраслевых рынков» не предполагаются учебным планом

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед

студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счёт объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Коновалов Н.Н., Теория отраслевых рынков : учеб.-метод. пособие / Н.Н. Коновалов, В.В. Чупахин. - М. : МИСиС, 2015. - 234 с. - ISBN 978-5-87623-869-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785876238696.html>

2. Кен Х., Экономика отраслей и фирм : учеб. пособие / К. Хитер; пер. с англ. - М. : Финансы и статистика, 2004. - 480 с. - ISBN 5-279-02737-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279027375.html>

3. Юсупова Г.Ф., Теория отраслевых рынков : практикум / Юсупова Г.Ф. - М. : ИД Высшей школы экономики, 2012. - 276 с. - ISBN 978-5-7598-

0920-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759809203.html>

б) дополнительная литература:

1. Абаев А.Л., Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебник для бакалавров / Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. - М. : Дашков и К, 2019. - 433 с. (Серия "Учебные издания для бакалавров") - ISBN 978-5-394-03141-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394031410.html>

2. Болдырев К. А. Отношения конкуренции: теория и практика конкурентно-мотивационного осуществления в инновационной экономике [Текст] : монография / К. А. Болдырев ; М-во образования и науки Украины, Восточноукр. нац. ун-т им. В. Даля. - Луганск : Ноулидж, 2013. - 287 с.

3. Журнал «Экономический анализ: теория и практика». Издательство: ООО «Издательский дом «Финансы и кредит».

4. Журнал «Промышленный маркетинг». Издательство: Издательский дом «Имидж-Медиа».

5. Заварихин Н. М. Отраслевой экономический анализ [Текст] / Н. М. Заварихин. - М. : Финансы и статистика, 1987. - 175 с.

6. Закон ЛНР «О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей» / Текст: электронный // URL: <https://gknslnr.su/docs/legislations/1060-zakon-luganskoy-narodnoy-respubliki-o-gosudarstvennoy-registracii-yuridicheskikh-lic-i-fizicheskikh-lic-predprinimateley.html>.

7. Иванова С., 50 советов по нематериальной мотивации / Светлана Иванова. - М. : Альпина Паблишер, 2012. - 238 с. - ISBN 978-5-9614-2210-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961422108.html>

8. Котлер Ф., Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. - 7-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - ISBN 978-5-9614-5016-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961450163.html>.

9. Кожемяко А., Психологические эффекты в менеджменте и маркетинге. 100+ направлений повышения эффективности в управлении и сбыте / Кожемяко А. - М. : Университет "Синергия", 2016. - 176 с. (Серия "Fresh Book") - ISBN 978-5-4257-0265-4 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702654.html>.

10. Кравченко А.И., Основы менеджмента: управление людьми : Учебное пособие для студентов ссузов / Кравченко А.И., Кравченко К.А. - М.: Академический Проект, 2020. - 400 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2913-2 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129132.html>.

11. Менеджмент. Маркетинг. Лидерство: Лучшее за 2015 год / - М. : Альпина Паблишер, 2017. - 212 с. (Серия "Harvard Business Review: 10 лучших статей") - ISBN 978-5-9614-6187-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961461879.html>.

в) методические рекомендации:

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Теория отраслевых рынков» [Электронный ресурс]: для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент / Состав. В.А. Герцик – Луганск: изд-во ЛНУ им. В.Даля, 2020. – 10 с.

2. Методические указания по выполнению контрольной работы по дисциплине «Теория отраслевых рынков» [Электронный ресурс]: для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент // Состав. В.А. Герцик. – Луганск: изд-во ЛНУ им. В.Даля, 2020. –13с.

г) Интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

4. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

2. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

3. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

1. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Проведение деловых и научных презентаций» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Теория отраслевых рынков» Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач.	Тема 1. Тема 2. Тема 3. Тема 4. Тема 5. Тема 6. Тема 7.	4
			УК-1.3. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата	Тема 8. Тема 9.	4

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-1	УК-1.1.	знать: - основные теоретические положения и ключевые концепции современной теории отраслевых рынков; - основные модели, применяемые при изучении рыночных структур; уметь: - использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности владеть: - методологией исследования проблем развития теории отраслевых рынков	Тема 1. Тема 2. Тема 3. Тема 4. Тема 5. Тема 6. Тема 7.	Собеседование (устный или письменный опрос), доклад, (сообщение), тесты, контрольная работа
2.	УК-1.	УК-1.3.	знать: способы получения, систематизации, формализованного и наглядного	Тема 8. Тема 9.	Собеседование (устный или письменный опрос), доклад, (сообщение), тесты,

			представления информации научного и делового характера; уметь: применять современный маркетинговый инструментарий для анализа информации и подготовки научной и деловой презентации; владеть: навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада		контрольная работа
--	--	--	--	--	--------------------

Фонды оценочных средств по дисциплине «Теория отраслевых рынков»

Перечень вопросов для проведения собеседования (устный или письменный опрос)

1. Что представляет собой «Экономика отраслевых рынков» как научная дисциплина?
2. то является объектом исследования экономики отраслевых рынков?
3. Охарактеризуйте основные субъекты отраслевых рынков.
4. В чем заключается сущность гарвардской парадигмы отраслевых рынков?
5. Что предлагает Чикагская школа в исследованиях экономики отраслевых рынков?
6. Что представляет собой отраслевой рынок?
7. В чем заключаются различия между рынком и отраслью?
8. Охарактеризуйте типы границ отраслевого рынка.
9. По каким критериям выделяются отраслевые рынки в Европейском союзе?
10. Какие основные признаки классификации отраслевых рынков выделяются?
11. Какие барьеры выделяются на отраслевом рынке?

12. Что такое барьеры входа на рынок?
13. Охарактеризуйте стратегические барьеры входа на рынок.
14. Дайте характеристику нестратегическим барьерам входа на рынок.
15. Дайте классификацию входным барьерам, предложенную Д. Бэйном.
16. Охарактеризуйте стратегические барьеры выхода с рынка.
17. Охарактеризуйте виды слияний и поглощений.
18. Каковы основные мотивы слияния фирм?
19. В чем состоят выгоды слияния фирм на отраслевом рынке?
20. Какие типы рыночных структур имеют наибольшее значение на отраслевом рынке?
21. Охарактеризуйте сравнительные особенности типов рыночных структур.
22. Что представляет собой олигополия как разновидность рыночной структуры?
23. Перечислите виды некооперативных моделей поведения фирм-олигополистов.
24. Дайте характеристику модели Курно.
25. Охарактеризуйте дуополию Бертрана.
26. Опишите взаимодействие фирм в модели Форхаймера.
27. Дайте характеристику модели Штакельберга.
28. Каковы модели кооперативного поведения фирм-олигополистов?
29. Охарактеризуйте условия функционирования картелей.
30. При каких условиях возможен тайный сговор?
31. Почему кооперативное поведение олигополистов приводит к высоким социальным издержкам?
32. Дайте определение монополии на отраслевом рынке.
33. Что представляет собой естественная монополия?
34. Каковы условия возникновения естественной монополии?
35. С помощью, каких инструментов регулируется естественная монополия?
36. Какими способами фирма-монополист максимизирует прибыль?
37. Охарактеризуйте условия равновесия при монополии.
38. Каковы последствия монопольной власти на отраслевом рынке?
39. Что представляет собой Х-эффективность и Х-неэффективность?
40. Что представляет собой ценовая дискриминация?
41. При каких предпосылках проявляется ценовая дискриминация?
42. Охарактеризуйте степени ценовой дискриминации по Пигу.
43. Каковы характерные черты психологической ценовой дискриминации?
44. Особенности отраслевого рынка с доминирующей фирмой.
45. Что представляет собой активная (доминирующая) фирма?
46. Каковы основные условия возникновения доминирующих фирм?

46. При помощи, каких показателей оценивается рыночная власть доминирующей фирмы на отраслевом рынке?
47. Что означает ценовое лидерство?
48. При каких предпосылках оно возникает?
49. Особенности поведения фирмы-лидера на рынке.
50. Как проводит фирма ценовую «самоубийственную» политику?
51. Что представляет собой дифференциация товара?
52. Какие продукты являются дифференцированными?
53. Охарактеризуйте виды дифференциации продукта.
54. Опишите основные типы дифференциации продукта. В чем их отличительные особенности?
55. Какие модели пространственной дифференциации продукта существуют?
56. Основные последствия дифференциации продукта.
57. Основные факторы, обуславливающие продуктивность разработок и инноваций?
58. Охарактеризуйте стадии процесса исследований и разработок.
59. Какими способами может осуществляться процесс вертикальной интеграции?
60. Имеет ли смысл разрешать вертикальную интеграцию через внутреннее расширение компании, а не через слияние компаний?
61. С чем связано существование неполной (частичной) интеграции на рынке?
62. Что представляет собой квазиинтеграция?
63. Что представляют собой вертикальные ограничения?
64. Какие виды вертикальных ограничений встречаются в практической деятельности?
65. Каковы особенности вертикальных отношений в России?
66. В чём заключаются побудительные мотивы вертикальной интеграции?
67. Каково значение транзакционных издержек в принятии решения к интеграции?
68. Почему вертикальная интеграция вызывает особый интерес антимонопольных структур?
69. Почему диверсификация расширяет возможности интеграционного процесса?
70. Опыт государственного регулирования в зарубежных странах.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству собеседование (устный или письменный опрос)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	собеседование (устный или письменный опрос) прошел на высоком уровне (студент в полном объеме осветил

	рассматриваемый вопрос, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	собеседование (устный или письменный опрос) прошел на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемый вопрос, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
3	собеседование (устный или письменный опрос) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	собеседование (устный или письменный опрос) прошел на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Тематика докладов или сообщений

1. Обзор различных видов входных барьеров на отраслевые рынки в экономике России.
2. Эволюция антимонопольного законодательства в России.
3. Опыт антимонопольного регулирования в зарубежных странах.
4. Особенности реализации стратегии диверсификации компанией «...» (по выбору).
5. Вертикально интегрированные структуры в отечественной экономике: «плюсы» и «минусы» для общества и бизнеса.
6. Ценовые войны в теории и практике (отечественный и зарубежный опыт).
7. Недобросовестная конкуренция и способы борьбы с ней.
8. Анализ влияния монополии на общественное благосостояние.
9. Анализ эффективности государственной поддержки предприятий малого бизнеса в России.
10. Сравнительный анализ показателей концентрации предложения на отраслевом рынке.
11. Особенности рыночного поведения фирм в зависимости от типа рыночной структуры.
12. Ценовая дискриминация как инструмент проявления рыночной власти фирмы.
13. Линейные конференции как инструмент ограничения конкуренции на рынке услуг.
14. Анализ уровня концентрации и рыночной власти на глобальном рынке морских грузовых перевозок (или любой другой рынок).
15. Инновационная политика как параметр рыночного поведения фирмы.

16. Характеристика квазиконкурентных рынков (на конкретных примерах).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
презентация «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен (о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен (о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен (о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен (о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Тесты

1. Основная парадигма «Теории отраслевых рынков»:

- а) «Отрасль – Рынок - Предприятие»;
- б) «Спрос – Цена - Предложение»;
- в) «Структура – Поведение - Результат».

2. Основные объекты анализа «Теории отраслевых рынков»:

- а) организация труда;
- б) предприятие;
- в) инвестиционный климат;
- г) отраслевая структура экономики;
- д) рынок.

3. Стратегические барьеры входа:

- а) лицензирование деятельности;
- б) эластичность спроса по цене;
- в) диверсификация производства;
- г) вертикальная интеграция;
- д) емкость рынка.

4. Согласно теории «процесс Жибра» с течением времени отрасль совершенной конкуренции становится:

- а) менее концентрированной;
- б) структура отрасли не меняется;
- в) более концентрированной;

5. Минимально эффективный выпуск составляет 50% рынка, тогда рынок допускает число эффективных фирм:

- а) четыре;
- б) двадцать;
- в) две.

6. Чем выше эластичность и темпы роста спроса, тем рыночная власть фирмы:

- а) выше;
- б) ниже;
- в) рыночная власть фирмы не зависит от указанных показателей.

7. Показатель, отражающий возможную величину объема продаж на рынке безотносительно того, будет ли этот объем поставлен одной или несколькими фирмами, это:

- а) емкость рынка;
- б) эластичность спроса по цене;
- в) уровень дифференциации товара.

8. _____ - одновременное развитие многих, не связанных друг с другом видов производственной деятельности, расширение ассортимента оказываемых услуг.

9. Интеграция, предполагающая приобретение предприятием контроля или в собственность над системой поставки, это интеграция:

- а) вертикальная;
- б) горизонтальная;
- в) круговая.

10. Диверсификация в не связанные с основным производством фирмы сферы деятельности называется:

- а) фантомной;
- б) конгломератной;
- в) финансовой.

11. Преимущества диверсификационной стратегии для предприятия:

- а) снижение транзакционных издержек;
- б) устранение эффекта «двойной маргинализации»;

- в) снижение показателя рыночной концентрации;
- г) использование специальной стратегии ценообразования;
- д) снижение рисков.

12. Объединение компаний, осуществляемое вдоль технологической цепочки характеризует интеграцию:

- а) горизонтальную;
- б) круговую;
- в) вертикальную.

13. Тип товарной дифференциации, при которой уровень всех характеристик возрастает или убывает одновременно для всех потребителей и продукты ранжируются в соответствии с определенным порядком (по уровню качества):

- а) горизонтальная;
- б) перекрестная;
- в) вертикальная.

14. Дифференциация – это форма:

- а) ценовой конкуренции;
- б) неценовой конкуренции;
- г) вертикального взаимодействия.

15. Выделение продукта какой-либо фирмы в глазах потребителей из остальных продуктов данного класса это:

- а) диверсификация;
- б) дифференциация;
- в) сегментирование.

16. Ценовая дискриминация второй степени предполагает выполнение условия:

- а) практически полное изъятие излишка потребителя;
- б) цена единицы товара зависит от объема покупки;
- в) дифференциацию цен в зависимости от статуса потребителя.

17. Ценовая _____ - назначение различных цен на один и тот же товар для разных категорий клиентов.

18. Рыночное поведение, характеризующееся тем, что фирмы придерживаются единой цены или квот продаж самостоятельно, без давления со стороны участников рынка, называется:

- а) картельное соглашение
- б) сознательное подражание;
- в) вертикальная интеграция.

19. Поведение фирм на рынке олигополии, при котором их действия подавляют друг друга, характерно для стратегических:

- а) комплементов;
- б) субституттов;
- в) конгломератов.

20. Функция _____ - оптимальное поведение одной фирмы в ответ на поведение другой фирмы рынка.

21. Поведение, характеризующееся некооперативными взаимодействиями и одновременностью действий фирм-олигополистов, а также выбором фирмой цены, это модель:

- а) сознательного подражания;
- б) Бертрана;
- в) Курно.

22. Олигополия как фирма с рыночной властью обладает следующим числом степеней свободы:

- а) двумя;
- б) одной;
- в) неограниченным.

23. Экономические последствия монополизации рынка:

- а) нерационально распределяет ресурсы;
- б) цена превышает предельные издержки;
- в) объем производства соответствует эффективному выпуску;
- г) рыночная цена соответствует точки безубыточности;
- д) рациональное распределение ресурсов.

24. Х-эффективность монополии проявляется в таких явлениях как:

- а) объем производства меньше объема эффективного выпуска;
- б) эффект масштаба;
- в) превышение цены над уровнем предельных издержек;
- г) рыночная цена соответствует точки безубыточности;
- д) возможность инвестиций в развитие производства и отрасли.

25. Естественная монополия, средние издержки выпуска которой убывают только платежеспособного спроса, а не на всем протяжении производства, называется:

- а) горизонтальной;
- б) глобальной;
- в) локальной.

26. Виды барьеров входа в условиях монополизации:

- а) отсутствие рыночной власти производителей;
- б) наличие патента на продукцию, технологию;
- в) наличие экономии от масштаба;
- г) ценовая дискриминация;
- д) низкие издержки контроля.

27. Монополия, обусловленная явно выраженным эффектом масштаба, это монополия:

- а) ресурсная;
- б) патентная;
- в) естественная.

28. Барьеры, возникающие как следствие регулирующей деятельности государства на разных уровнях власти, называются:

- а) стратегическими;
- б) экономическими;
- в) административными.

29. Рост инвестиций в отрасль, увеличение числа производителей характеризуют такой этап жизненного цикла отрасли как:

- а) стабильность или упадок;
- б) первоначальная разработка;
- в) стремительное расширение.

30. Подход в антимонопольном регулировании, предполагающий, что государство ориентируется, прежде всего, на случаи доказанных злоупотреблений монополистами, называется:

- а) структурный;
- б) стоимостной;
- в) поведенческий.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Контрольная работа (теоретические вопросы и задания)

Вопросы к контрольным работам:

1. Экономические функции и методы государственного воздействия на рынок.
2. Конкуренция и типы рыночных структур.
3. Регулирование деятельности естественных монополий.
4. Понятие рынка, его функции.
5. Основные виды фирм и концепция их поведения.
6. Антимонопольная политика государства.
7. Слияние фирм и фондовый рынок.
8. Показатели рыночной власти фирм.
9. Барьеры входа на рынок.
10. Инвестиционные расходы предприятий на исследования, разработки, инновации.
11. Условия и типы ценовой дискриминации.
12. Основные виды слияний и поглощений.
13. Теория и инвестиции.
14. Многопериодные модели ценообразования.
15. Ценовая дискриминация второй степени.
16. Вертикальная дифференциация
17. Практическое ценообразование.
18. Пространственная конкуренция.
19. Информационная дифференциация продуктов и реклама.
20. Статические модели инноваций.

Контрольные задания:

1. Для каждой ситуации, приведенной ниже, найдите соответствующий тип рыночной структуры:

А - Совершенная конкуренция

Б - Монополия

В - Монополистическая конкуренция

Г - Олигополия

Д - Монополия

1) На рынке оперирует большое количество поставщиков, каждый из которых предлагает фирменную обувь по относительно схожим ценам.

2) На рынке оперирует единственный поставщик телекоммуникационных услуг.

3) Большое количество фермеров предлагает на рынке картофель по одинаковым ценам.

4) Несколько крупных фирм функционируют на рынке автомобильных шин.

5) Имеется единственный покупатель угледобывающего оборудования.

6) Единственная фирма производит штурманские приборы.

2. На рисунке №1 представлена фирма, оперирующая в условиях

монополистической конкуренции.

Ответьте на вопросы:

- а) При каком объеме производства фирма максимизирует свою прибыль?
- б) По какой цене фирма будет продавать данный объем продукции?
- в) Будет ли фирма получать в этой ситуации экономическую прибыль. Если да, то какова ее величина?
- г) На каком временном интервале функционирует фирма: долгосрочном или краткосрочном? Объясните ваш ответ.

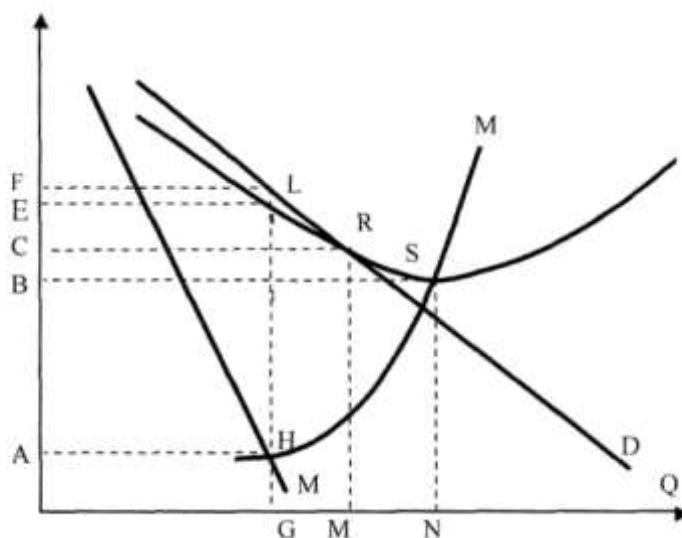


Рис. Фирма в условиях монополистической конкуренции.

- д) Опишите, как может измениться ситуация на другом временном интервале (т.е. на том, который вы не выбрали в предыдущем пункте).

3. На олигополистическом рынке оперируют две фирмы, выпускающие однородный товар. Обе фирмы обладают равными долями рынка и устанавливают одинаковые цены на товар. Ниже приведена информация о спросе на товар и издержках каждой фирмы:

Цена (балл)	Объем спроса (ед.)	Объем выпуска (ед.)	Общие издержки (долл.)
10	5	5	45
9	6	6	47
8	7	7	50
7	8	8	55
6	9	9	65

Ответьте на вопросы:

- а) Какая цена будет установлена на рынке, если предположить, что каждая фирма, определяя цену на свой товар, уверена, что ее конкурент выберет такую же цену?

- б) Если сохранится данное предложение, то какой объем выпуска выберет каждая фирма?
- в) Появятся ли на рынке в долгосрочной перспективе новые фирмы?
- г) Есть ли у каждой из этих двух фирм стимул назначать цену на свой товар ниже цены конкурента? Если да, то каков он?

4. На рис. показана специфическая модель олигополистического рынка. Ответьте на вопросы:

- а) Какая модель олигополистического рынка представлена на рисунке?

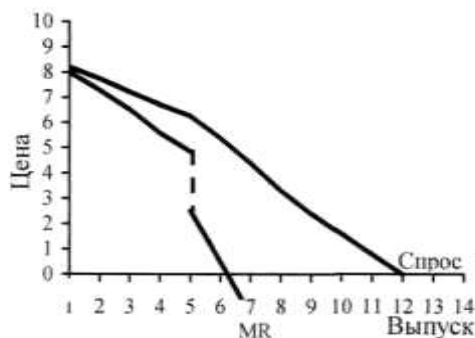


Рис. Рынок олигополиста

- б) Предположим, что предельные издержки фирмы постоянны и равны $C1$ (согласно варианту). Какой объем выпуска продукции выберет фирма и какую при этом установит цену?
- в) Если предельные издержки увеличатся до $C2$ (согласно варианту), то как изменятся параметры (объем выпуска и цена равновесия) фирмы?
- г) В каком интервале объема выпуска олигополист сталкивается с собственной кривой спроса?
- д) В каком интервале объема выпуска олигополист сталкивается с кривой рыночного спроса? (вариант №.).

Предельные издержки, \$	Варианты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
$C1$	1	1,5	2,5	3,0	3,5	3,75	4	4,5	5,0	5,5
$C2$	3,5	3,75	3,8	3,9	4	4,2	4,8	4,9	5,5	6

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа (теоретические вопросы и задания)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне

	(правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Оценочные средства для промежуточной аттестации

(зачет)

1. Категория «отрасль» и отраслевая структура экономики
2. Типология рыночных структур.
3. Факторы, определяющие рыночную структуру.
4. Индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент (индекс) Джини.
5. Влияние концентрации на прибыльность отраслевых предприятий.
6. Определение рыночных барьеров. Виды барьеров входа-выхода.
7. Диверсификация и вертикальная интеграция.
8. Теория квазиконкурентных рынков.
9. Стратегия дифференциация услуг.
10. Виды объединений хозяйствующих субъектов.
11. Инновации как экономический процесс. Инновации на конкурентном рынке.
12. Сущность и типология инвестиций.
13. Квазиинтеграционные стратегии.
14. Механизмы ограничения монополистической деятельности на рынках товаров и услуг.
15. Подходы к определению границ рынка.
16. Стратегические и нестратегические рыночные барьеры: сущность, виды и примеры.
17. Методы оценки концентрации предложения на рынке.
18. Стратегия дифференциация услуг: сущность, преимущества и издержки.
19. Сущность и типология инвестиций на отраслевом рынке.
20. Типология рыночных структур и факторы, определяющие рыночную структуру.
21. Силы рынка согласно модели Портера: характеристика на примере отраслевого рынка.
22. Категории «рынок» и «отрасль»: сущность и отличительные особенности.
23. Характеристика рынков по уровню входных барьеров.
24. Анализ поведения фирмы: основные концепции и их характеристика.
25. Основная парадигма теории отраслевых рынков.
26. Цели фирмы: варианты и определяющие факторы.
27. Применение ценовой дискриминации на отраслевом рынке.

28. Основные модели конкуренции отраслевого рынка: характеристика и примеры.
29. Способы оценки степени продуктовой дифференциации.
30. Фирма на отраслевом рынке: классификационные признаки.
31. Вертикальные контракты: стимулы и инструменты.
32. Последствия реализации монопольной власти.
33. Категория «отрасль» и отраслевая структура экономики.
34. Виды монополий.
35. Вопросы, изучаемые в рамках дисциплины «Теория отраслевых рынков».

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «зачет»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
«зачтено»	Выставляется, если ответ логически и лексически грамотно изложенный, содержательный и аргументированный ответ, подкрепленный знанием литературы и источников по теме задания, умение отвечать на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики, допущение не более одной ошибки в содержании задания, а также не более одной неточности при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики при допущении не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы.
«не зачтено»	Выставляется, если в ответе допущено существенное нарушение логики изложения материала, систематическое использование разговорной лексики, допущение не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; существенное нарушение логики изложения материала, постоянное использование разговорной лексики, допущение не более трех ошибок в содержании задания, а также не более трех неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; полное отсутствие логики изложения материала, постоянное использование разговорной лексики, допущение более трех ошибок в содержании задания, а также более трех неточностей при аргументации своей позиции, полное незнание литературы и источников по теме вопроса, отсутствие ответов на дополнительно заданные вопросы.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)