

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Институт экономики и менеджмента



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

направление подготовки / специальность

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

Финансы и кредит

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Теория отраслевых рынков является получение студентами теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков в области теории отраслевых рынков, которые смогут использовать в своей будущей работе.

Задачи:

- изучение типологии современных отраслевых рынков, а также моделей поведения экономических субъектов на различных типах отраслевых рынков.
- приобретение практических навыков анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционирования отраслей;
- ознакомление с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков и используемыми ими методами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-1. Способен проводить мониторинг товарно-сырьевых и финансовых рынков	ПК-1.1. Знает конъюнктуру и механизмы функционирования товарно-сырьевых и финансовых рынков	Знает экономические основы отраслевых рынков; методы и принципы анализа рыночных структур; основные проблемы, возникающие при изменении рыночных структур; способы воздействия на рыночные структуры; Умеет характеризовать статику и динамику структуры отраслевых рынков; проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур; Владет экономической терминологией и лексикой данной дисциплины;	Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание Эссе
	ПК-1.2. Умеет производить информационно-аналитическую работу по рынкам финансовых продуктов и услуг, товарно-	Знает закономерности функционирования отраслей, рынков и фирм; отечественный и зарубежный опыт в	Тестовые вопросы Ситуационные задачи Практико-ориентированное задание

	сырьевым рынкам	<p>области изучения рыночных структур</p> <p>Умеет исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию; использовать полученные знания в процессе последующего обучения и практической деятельности;</p> <p>Владеет навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории отраслевых рынков и практикой ее развития;</p>	Эссе
	ПК-1.3. Владеет навыками сбора, обработки, мониторинга и анализа информации товарно-сырьевых и финансовых рынков	<p>Знает инструментарий экономического анализа исследования рыночных структур;</p> <p>Умеет уметь в письменной и устной форме логично оформлять результаты своих исследований, отстаивать свою точку зрения</p> <p>Владеет навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике</p>	<p>Тестовые вопросы</p> <p>Практико-ориентированное задание</p> <p>Эссе</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет:
4 зачетные единицы, 144 часа

**Тематический план
форма обучения – очная**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	5	1-2	2	4		4	7	
2	Сущность, виды, границы отраслевых рынков	5	3-4	2	4		4	7	
3	Структура отраслевого рынка Барьеры входа на рынок и выхода с рынка	5	5-6	2	4		4	7	Рейтинг – контроль №1
4	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков	5	7-8	2	4		4	7	
5	Дифференциация продукта	5	9-10	2	4		4	7	
6	Информация как фактор воздействия на рыночную активность	5	11-12	2	4		4	7	Рейтинг-контроль №2
7	Поведение доминирующей фирмы на рынке	5	13-14	2	4		4	7	
8	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке	5	15-16	2	4		4	7	
9	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках	5	17-18	2	4		4	7	Рейтинг-контроль №3
Всего за 5 семестр:				18	36		36	63	Экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР		нет							
Итого по дисциплине		144ч		18	36		36	63	Экзамен (27)

**Тематический план
форма обучения – очно-заочная**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	5	1-2	2	2		2	10	
2	Сущность, виды, границы отраслевых рынков	5	3-4		2		1	10	
3	Структура отраслевого рынка Барьеры входа на рынок и выхода с рынка	5	5-6	2	2		1	10	Рейтинг – контроль №1
4	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков	5	7-8		2		1	10	
5	Дифференциация продукта	5	9-10	2			1	10	
6	Информация как фактор воздействия на рыночную активность	5	11-12		2		2	10	Рейтинг-контроль №2
7	Поведение доминирующей фирмы на рынке	5	13-14	2			2	10	
8	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке	5	15-16		2		2	10	
9	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках	5	17-18	2	2		2	13	Рейтинг-контроль №3
Всего за 5 семестр:				10	14		14	93	Экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР		нет							
Итого по дисциплине		144ч		10	14		14	93	Экзамен (27)

**Тематический план
форма обучения – очно-заочная (ускоренное на базе СПО)**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	4	1-2	2			1	13	
2	Сущность, виды, границы отраслевых рынков	4	3-4		2		1	13	
3	Структура отраслевого рынка Барьеры входа на рынок и выхода с рынка	4	5-6	2			1	13	Рейтинг – контроль №1
4	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков	4	7-8		2		2	13	
5	Дифференциация продукта	4	9-10	2	2		2	13	
6	Информация как фактор воздействия на рыночную активность	4	11-12	2	2		1	13	Рейтинг-контроль №2
7	Поведение доминирующей фирмы на рынке	4	13-14	2	2		1	13	
8	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке	4	15-16	2			1	13	
9	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках	4	17-18	2	2		2	14	Рейтинг-контроль №3
Всего за 4 семестр:				14	12		12	118	Зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР		нет							
Итого по дисциплине		144ч		14	12		12	118	Зачет с оценкой

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Предмет и методология. Фирма в теории отраслевых рынков
 Отраслевой рынок. Подходы к анализу отраслевых рынков в мировой экономической литературе: положительные стороны и ограничения. Базовая парадигма «Структура - поведение – результативность». Гарвардская и чикагская традиции в анализе поведения фирм на рынке. Организационная структура, размеры и эффективность фирм. Внутренняя структура фирмы. Институциональный подход к анализу фирмы с точки зрения трансакционных издержек: причины существования рынков и фирм. Трансакционные издержки и издержки по управлению. Трансакционные издержки и издержки по контролю в определении границ рынка и фирмы. Альтернативные цели фирмы и агентов внутри фирмы. Агентская проблема, отделение собственности от управления и инструменты корпоративного управления.

Национальные модели корпоративного управления.

Тема 2. Сущность, виды, границы отраслевых рынков

Технологические и институциональные факторы выбора границ фирмы. Горизонтальные границы. Минимальный эффективный выпуск. Относительное преимущество в издержках. Вертикальные границы фирмы. Выбор «покупать или производить».

Тема 3. Структура отраслевого рынка Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Показатели рыночной власти фирм: индекс Бейна, индекс Лернера, коэффициент Тобина, коэффициент Ротшильда. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших фирм, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана: положительные стороны и ограничения.

Барьеры входа на рынок: понятие (определения Дж.Бэйна, Дж.Стиглера, А.Вайзцекера), классификация. Классификация отраслей Дж.Бейна по высоте барьеров входа. Нестратегические барьеры. Емкость рынка. Барьер капитальных затрат. Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация. Стратегические барьеры. Ценообразование, ограничивающее вход: модель Бейна, модель Модильяни. Грабительское ценообразование. Барьер избыточных мощностей.

Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами.

Дифференциация товара. Оценка высоты барьеров входа. Динамика рынка (проблемы входа-выхода с точки зрения долгосрочного периода). Барьеры входа - выхода в Российской экономике.

Тема 4. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

Конкуренция и эффективность конкурентных рынков. Альтернативные концепции конкуренции: конкуренция как поведение экономических агентов, конкуренция как структура рынка. долгосрочные и краткосрочные аспекты конкуренции. Монополия: причины существования. Потери общества от монопольного поведения в краткосрочном и долгосрочном периодах. Неэффективность монопольного ценообразования. Оценка потерь от монопольных эффектов: аллокативная неэффективность; производственная неэффективность (Х-неэффективность); динамическая неэффективность; распределительная неэффективность.

3. Многозаводской монополист. Модель монополиста, принимающего решения об оптимальном выпуске на нескольких заводах с разными технологиями. Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Факторы, исключая арбитраж. Практика ценовой дискриминации. Влияние ценовой дискриминации разных типов на общественное благосостояние. Монополия и конкуренция с точки зрения общественного благосостояния: эффективность, потери – минимальные, нулевые и максимальные. Особенность монополии на рынках с экстерналиями, на рынках общественных товаров.

Тема 5. Дифференциация продукта

Понятие дифференциации продукта. Измерение продуктовой дифференциации. Перекрестная эластичность спроса. Индекс энтропии. Уровень рекламных расходов. Модели пространственной дифференциации продукта. Модель Саттона.

Тема 6. Информация как фактор воздействия на рыночную активность

Неполнота и асимметрия информации. Виды асимметрии информации на рынке. Проблемы «негативного отбора» и «морального риска» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Дж.Акерлофа. Способы решения проблемы «неблагоприятного отбора». Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации. Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации. Асимметрия информации о ценах. Государственная политика в решении проблем асимметричной информации о качестве.

Тема 7. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Доминирующая фирма: критерии, причины. Дуополия с однородным и дифференцированным товаром. Олигополия по Штакельбергу с N последователями. Модель Форхаймера. Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель ценового лидерства. «Ценовой зонтик». Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. «Самоубийственное» ценообразование. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы. Модель Ланкастера. Эффективность доминирующей фирмы: потери общества в условиях монополии и доминирующей фирмы.

Тема 8. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Олигопольный рынок: предпосылки. Классификация моделей олигополии. Парадокс Бертрана. Предпосылки модели Бертрана и последствия отказа от них. Повторяющиеся взаимодействия и «народная теорема». Дифференциация продукта и ценовая конкуренция. Выбор цен в условиях ограниченных мощностей, модель Бертрана-Эджворта. Взаимосвязь между моделями Бертрана и Курно. Сговор. Повторяющиеся взаимодействия и стабильность сговора. Сговор и ценовые войны. Факторы, влияющие на стимулы к сговору. Проблема выявления нарушений соглашений Антимонопольная политика в отношении явного и молчаливого сговора.

Тема 9. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

Уровень концентрации покупателей. Двухсторонняя монополия. Власть продавца и власть покупателя: формы проявления. Власть покупателя: воздействие на параметры рыночного равновесия. Вертикальная интеграция: причины в странах с развитой рыночной экономикой, в странах с переходной экономикой, в развивающихся странах Эффективность вертикальной интеграции. Модели «двойной надбавки», трансакционных издержек, неопределенности, сокрытия налогов, внешних эффектов. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Действие уравнивающей силы и потребительские цены. Двухсторонняя олигополия. Перераспределение выгод. Вертикальные ограничения: законодательный и экономический аспекты. Контроль уровня розничных цен в теории и на практике. Ограничительный франчайзинг. Особенности вертикальных отношений в России.

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. «Введение в понятие рынок»

Тема 2. «Определение границ товарного рынка»

Тема 3. «Определение субъектов товарного рынка»

Тема 4. «Исследование наличия барьеров входа на товарный рынок»»

Тема 5. «Расчет индекса концентрации на рынке»

Тема 6. «Определение доли хозяйствующего субъекта»

Тема 7. «Определение рыночного потенциала хозяйствующего субъекта»

Тема 8. «Оценка объема товарных ресурсов»

Тема 9. «Определение степени преодоления барьеров входа на товарный рынок»

Тема 10. «Оценка уровня концентрации на товарном рынке»

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Рейтинг-контроль 1 (примеры тестовых заданий)

1. Если в глазах потребителя товары приобретают качества взаимозаменяемости, поскольку могут удовлетворить одну и ту же потребность, тогда значения перекрестной ценовой эластичности окажутся...
 - А. Равными 0
 - Б. Равными 1
 - В. Положительными
 - Г. Отрицательными
2. По типу покупателя рынки относятся к...
 - А. рынкам потребительских товаров и рынкам индустриальных товаров
 - Б. рынкам однородного товара и рынкам дифференцированного товара
 - В. рынкам потребительских товаров и рынкам однородного товара
 - Г. рынкам индустриальных товаров и рынкам дифференцированных товаров
3. Какие рынки относятся к глобальным рынкам?
4. Что такое дифференциация товара?
 - А. это интеграция в рамках одной фирмы производства разного рода продукции, связанной технологически
 - Б. это выпуск различных марок какого-либо товара на различных фирмах
 - В. это объединение в рамках одной фирмы последовательных стадий производства товара
 - Г. это выпуск различных марок какого-либо товара на одной фирме
5. В целом в азиатских странах наблюдается
 - А) агрессивная промышленная политика
 - Б) «мягкая» промышленная политика
 - В) прогрессивная промышленная политика
6. В какой стране политика поддержки конкуренции остается наиболее мягкой и пассивной из всех стран ЕС
 - А) Франции
 - Б) Великобритании
 - В) Германии
 - Г) Японии

Рейтинг-контроль 2 (примеры тестовых заданий)

1. Традиционно господствовала точка зрения на необходимость активной промышленной политики в качестве основного инструмента экономического роста в
 - А) Франции
 - Б) Великобритании
 - В) Германии
 - Г) Японии
2. Франция всемерно способствовала крупномасштабным слияниям с целью
 - А) снижения конкурентоспособности национальных производителей на мировых рынках.
 - Б) стабилизации конкурентоспособности национальных производителей на мировых рынках.
 - В) повышения конкурентоспособности национальных производителей на мировых рынках.
3. Барьеры входа-выхода можно разделить на:
 - А. простые и сложные
 - Б. стратегические и нестратегические
 - В. организационные и неорганизационные
 - Г. экономические и неэкономические
4. Что такое барьер капитальных затрат?
 - А. объем первоначальных акций, необходимых для организации безубыточного производства в отрасли.

- Б. объем вторичных инвестиций, необходимых для организации безубыточного производства в отрасли.
- В. объем первоначальных инвестиций, необходимых для организации безубыточного производства в отрасли.
- Г. объем первоначальных инвестиций, необходимых для организации убыточного производства в отрасли.
5. Назначение цены на основе абсолютных преимуществ в издержках это модель?
- А) Модель Модильяни
- Б) Модель Бейна
- В) Модель Лоуренса
- Г) Модель Мэйо

Рейтинг-контроль 3 (примеры тестовых заданий)

- Для того чтобы можно было говорить о максимуме прибыли, должно выполняться второе условие?
- выражение в левой части всегда будет отрицательным если?
 - функция предельной выручки возрастает
 - функция предельной выручки остаётся неизменной
 - Функция предельной выручки всегда убывает
- Если монополия действует в условиях убывающей или невозрастающей отдачи от масштаба, то каковы будут её правая и левая часть?
- Что гарантирует достижение максимальной прибыли?
- Кто является основоположником классической концепции конкуренции?
 - А. Маршалл
 - А. Смит
 - Д. Робинсон
 - А. Маршалл и А. Смит
- К какому веку в экономической науке складывается и утверждается статическая модель конкуренции и монополии как двух полярных состояний рынка
 - 18
 - 19
 - 20
 - 21
- Какую ситуацию на рынке показывает Нэш равновесие?
 - ни у одной фирмы нет стимулов менять свое текущее положение ни в качественном ни в количественном отношении
 - ни у одной фирмы нет стимулов менять свое текущее положение в качественном отношении
 - ни у одной фирмы нет стимулов менять свое текущее положение в количественном отношении
 - у некоторых фирм есть стимулы менять свое текущее положение в качественном и в количественном отношении

5.2. Промежуточная аттестация

Вопросы к экзамену / зачету с оценкой

- Понятие «рынок»
- Основные методы выделения границ продуктового рынка
- Оценка степени взаимозаменяемости товаров на основе перекрестной ценовой эластичности
- Правило «пяти процентов»
- Коррекция цен товаров во времени
- Заменяемость товаров в предложении

7. Определение географически ограниченного рынка (критерии)
8. Классификация рынков по объектам сделок
9. Классификация рынков по уровню стандартизации товара (услуги)
10. Классификация рынков по типу покупателя
11. Классификация рынков по наличию и величине барьеров входа
12. Классификация рынков по степени регулируемости
13. Классификация рынков по масштабу операций
14. Определение рыночной структуры
15. Рынок совершенной конкуренции
16. Рынок работающей конкуренции (совершенный рынок)
17. Рынок монополистической конкуренции
18. Олигополия и олигопсония
19. Рынок с доминирующей фирмой
20. Рынок с асимметричной информацией
21. Монополия\монопсония
22. Картель
23. Естественная монополия (олигополия)
24. Факторы, определяющие структуру рынка
25. Минимально эффективный выпуск (МЭВ)
26. Вертикальная интеграция
27. Диверсификация производства
28. Дифференциация товара
29. Эластичность и темпы роста спроса
30. Иностранная конкуренция
31. Поведение фирмы в долгосрочном периоде
32. Политика государства
33. Стохастические факторы
34. Способы входа фирмы на рынок
35. Способы выхода фирмы на рынок
36. Основные виды барьеров входа на рынок монополии
37. Виды монополий в соответствии с преобладающим типом барьера входа.
38. Государственная франшизная монополия
39. Ресурсная монополия
40. Патентная монополия
41. Естественная монополия
42. Стратегическая монополия
43. Проблема максимизации прибыли монополиста
44. Способ установления цены монополистом
45. Второе условие максимизации прибыли
46. Определение барьеров входа
47. Определение барьеров входа –выхода
48. Барьеры входа по Дж.Стиглеру
49. Барьеры входа по В. фон Вайцеккеру
50. Барьеры входа по Д. Бейну
51. Классификация отраслей по уровню барьеров
52. Классификация отраслей по уровню барьеров: отрасли со свободным входом
53. Классификация отраслей по уровню барьеров: отрасли с краткосрочными барьерами входа
54. Классификация отраслей по уровню барьеров: отрасли с замедленным входом
55. Классификация отраслей по уровню барьеров: отрасли с заблокированным входом
56. Виды барьеров входа-выхода
57. Нестратегические барьеры входа-выхода

58. Стратегические барьеры входа-выхода:
59. Нестратегический барьер входа-выхода: емкость рынка
60. Нестратегический барьер входа-выхода: барьер капитальных затрат
61. Нестратегический барьер входа-выхода: абсолютное преимущество в издержках фирм-старожилов
62. Нестратегический барьер входа-выхода: относительные преимущества в издержках
63. Нестратегический барьер входа-выхода: административные барьеры
64. Нестратегический барьер входа-выхода: состояние инфраструктуры рынка
65. Нестратегический барьер входа-выхода: качество товара
66. Нестратегические барьеры входа-выхода: криминализация экономики
67. Стратегические барьеры входа-выхода: ценообразование, ограничивающее вход на рынок
68. Стратегические барьеры входа-выхода: дополнительные инвестиции в оборудование
69. Стратегические барьеры входа-выхода: дифференциация товара
70. Стратегические барьеры входа-выхода: долгосрочные контракты с третьими лицами
71. Проблемы стратегических барьеров
72. Отсутствие барьеров входа и теория квазиконкурентных рынков
73. Антимонопольное регулирование
74. Промышленная политика
75. Понятия «конкуренция», «конкурентоспособность»
76. Взаимодополняемость промышленной и конкурентной политики
77. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Темы для самостоятельных работ

1. Цель проведения ценовой дискриминации.
2. Условия, способствующие эффективной ценовой дискриминации.
3. Факторы, создающие барьеры для арбитража.
4. Каковы последствия для общественного благосостояния ценовой дискриминации 2 и 3 типов?
5. В чем состоит межвременная дискриминация и для каких типов товаров применяется?
6. В чем состоит парадокс Коуза? Чем он вызван?
7. Способы преодоления парадокса Коуза.
8. Хищническое ценообразование
9. Примеры злоупотребления доминирующим положением из антимонопольной практики (зарубежной или российской).

Темы контрольных работ

1. Введение в теорию отраслевых рынков. Исторический обзор. Роль экономической теории отраслевых рынков для выработки стратегии и тактики поведения фирмы в разных рыночных структурах, классификации рынков, регулирования отраслей, выработки оптимальной промышленной политики и политики регулирования естественных монополий.
2. Рынок (определение). Отрасль (определение). Несовпадение понятий рынок и отрасль. Классификационные признаки рыночных структур. Примеры.
3. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.
4. Сравнительный анализ основных типов рынков: рынки свободной конкуренции, квазиконкурентные рынки, монополистическая конкуренция, олигополия, рынки с вертикальной интеграцией (или ограничениями), рынки с асимметричной информацией, рынки с доминирующей фирмой, чистая монополия и монополия, картель.
5. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, коэффициент Ротшильда. Методы расчета и приблизительные их

значения для каждого вида рынка. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике, опыт оценки их значений и выводов для определения рыночной структуры и рыночной власти фирмы в развитых странах.

6. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого индекса.

7. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), эффект крупного капитала, эффект крупномасштабных методов стимулирования сбыта.

8. Факторы, определяющие структуру рынка: случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.

9. Фирма: определения и признаки. Основные концепции фирмы

10. Проблемы, возникающие при принятии предположений о максимизации прибыли как основном мотиве деятельности фирмы. Альтернативные цели фирмы (перечислить).

11. Цели акционеров (максимизации дивидендов, максимизация курсовой стоимости акций, максимизация благосостояния акционеров). Возможность возникновения конфликтов при несовпадении целей различных акционеров.

12. Цели индивидуального собственника. Модель выбора между доходом (прибылью) и свободным временем.

13. Цели менеджеров. Максимизация объема продаж. Способы контроля за деятельностью менеджеров.

14. Цели менеджеров. Максимизация административных (накладных) расходов. Способы контроля за деятельностью менеджеров.

15. Цели менеджеров. Максимизация темпов роста фирмы. Способы контроля за деятельностью менеджеров.

16. Цели кредиторов. Выбор инвестиционного решения (получение максимума дохода на вложенные средства). Конфликт интересов между держателями акций и держателями облигаций. Цели дебеторов.

17. Семейная фирма.

18. Цели работников (самоуправляющаяся фирма).

19. Неприбыльная организация.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература		
1. Кондратов М.В. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие / Кондратов М.В., Гарипов Р.И.. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	URL: https://www.iprbookshop.ru/81499.html
2. Антимонопольная политика на связанных рынках: теория и практика / под ред. С.Б. Авдашевой, А.Е. Шаститко. — Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018.	2018	https://new.znaniium.com/catalog/product/1043151

Пестриков, С. А. Экономика отрасли и предприятия : учебно-методическое пособие / С. А. Пестриков. — Пермь : Пермский национальный исследовательский политехнический университет	2018	URL: https://www.iprbookshop.ru/110324.html
Дополнительная литература		
1. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М	2021	- URL: https://znanium.com/catalog/product/1215151
2. Басовский, Л. Е. Экономика отрасли : учебное пособие / Л.Е. Басовский. — Москва : ИНФРА-М	2021	URL: https://znanium.com/catalog/product/1655224
3. Ответственность за нарушения антимонопольного законодательства: проблемы теории и практики: Монография / Максимов С.В., Пузыревский С.А. - М.:Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М	2018	http://znanium.com/catalog/product/966527
4. Экономикс: принципы, проблемы и политика[Электронный ресурс]: Уч. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. -Пер.19-е англ. изд. - М.: ИНФРА-М	2018	http://znanium.com/catalog/product/944318
5. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции : монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — Москва : ИНФРА-М	2021	URL: https://znanium.com/catalog/product/1233662

6.2. Периодические издания

1. <http://economist-online.ru/> - Сайт журнала «Экономист»
2. <http://www.m-economy.ru/> - Сайт журнала «Проблемы современной экономики»
3. <http://www.fd.ru/> - Сайт журнала «Финансовый директор»
4. <http://www.forbes.ru/> - Сайт журнала «Форбс»
5. <http://www.hbr-russia.ru/> - Сайт журнала Harvard Business Review

6.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.minregion.ru> – Министерство регионального развития Российской Федерации
2. <http://www.obrnadzor.gov.ru> – Федеральное агентство по науке и инновациям
3. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики.
4. <http://www.gusp.gov.ru/> - Главное управление специальных программ Президента РФ

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и практического типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения:
пакет MS Office (MS Word, MS Excel, MS PowerPoint), Adobe Reader.

Рабочую программу составил Закирова М.И доц. каф.ЭИиФ

(ФИО, должность, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

Нач. директор ООО, АИТ "А.И. Туркеев"

(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЭИиФ

Протокол № 10 от 24.06.22 года

Заведующий кафедрой Варшавский С.В.

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.01 "Информационные"

Протокол № 10 от 24.06.22 года

Председатель комиссии Захаров А.И.

(ФИО, должность, подпись)

