

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ АГРОИНЖЕНЕРИИ ФГБОУ ВО ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГАУ



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета ТС в АПК

С.А. Барышников

2016 г.

Кафедра экономики и финансов

Рабочая программа дисциплины

«ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

Направление подготовки **38.03.01 Экономика**

Профиль **Бухгалтерский учет, анализ и аудит**

Уровень высшего образования – **бакалавриат**

Форма обучения - **очная**

Челябинск
2016

2

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Требования ФГОС ВО к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Требования к результатам освоения дисциплины	4
2.	Структура и содержание дисциплины	5
2.1.	Содержание дисциплины	5
2.2.	Объем дисциплины и виды учебной работы	6
2.3.	Распределение учебного времени по разделам и темам	7
2.4.	Содержание лекций	7
2.5.	Содержание лабораторных занятий	8
2.6.	Содержание практических/семинарских занятий	9
2.7.	Содержание самостоятельной работы студентов	10
2.8.	Инновационные образовательные технологии	11
2.9.	Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предшествующими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами	11
2.10.	Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий	12
2.11.	Фонд оценочных средств	12
3.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
3.1.	Рекомендуемая литература	12
3.2.	Учебно-методические разработки	12
3.3.	Средства обеспечения освоения дисциплины	13
3.4.	Электронные образовательные ресурсы, находящиеся в свободном доступе в сети Интернет	13
4.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
5.	Приложение № 1. Фонд оценочных средств	14
6.	Лист регистрации изменений	24

1. Требования ФГОС ВО к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата

1.1. Цель и задачи дисциплины

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.01) основной профессиональной образовательной программы академического бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль - Бухгалтерский учет, анализ и аудит.

Цель дисциплины

Бакалавр по направлению подготовки 38.03.01 Экономика должен быть подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности: расчетно-экономическая; аналитическая, научно-исследовательская; учетная; расчетно-финансовая.

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о закономерностях развития отраслей, системе и методах регулирования рыночных отношений.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- изучить основные модели формирования и функционирования различного рода рыночных структур; базовые принципы поведения фирм на разных рынках;
- ознакомиться с особенностями взаимодействия фирмы, потребителей и государства в тех или иных условиях рынка и отрасли;
- овладеть методами решения экономических задач.

1.2. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент

должен обладать компетенциями

общекультурными:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

В результате изучения дисциплины студент

должен знать:

- экономические основы отраслевых рынков;
- методы и принципы анализа рыночных структур;
- закономерности функционирования отраслей, рынков;

должен уметь:

- анализировать различные типы рынков;
- исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию;
- оценивать эффективность мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей;

должен владеть:

- экономической терминологией и лексикой данной дисциплины;

- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории отраслевых рынков и практикой ее развития;
- навыками работы с информационными источниками, учебной литературой по данной проблематике.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков. Предмет и методология.

Объект и предмет исследования теории отраслевых рынков. Выделение границ продуктового рынка. Определение географически ограниченного рынка. Классификация рынков. Типы рыночных структур. Факторы, определяющие структуры рынка. Парадигма "структура - поведение - результативность". Роль государства в обеспечении результативности рынков.

Тема 2. Барьеры входа-выхода и динамика рынка.

Определение рыночных барьеров. Стратегические и не стратегические барьеры входа-выхода. Ценовая конкуренция и стратегическое поведение потенциального конкурента.

Тема 3. Анализ монопольного поведения фирмы на рынке. Естественная монополия.

Монополия как объект экономического анализа. Оптимальный выбор нерегулируемого монополиста. Последствия монопольной власти фирмы. Сравнительная эффективность производства в условиях конкуренции и монополии (Х-неэффективность, Х-эффективность).

Проблема естественной монополии. Ценовое регулирование естественной монополии.

Тема 4. Концентрация производства. Интеграция и диверсификация.

Экономическое содержание концентрации производства. Показатели отраслевой концентрации. Показатели рыночной власти фирмы. Регулирование слияний и поглощений. Вертикальная интеграция. Диверсификация. Формы диверсификации производства.

Тема 5. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (олигополистическое взаимодействие).

Ценовые модели олигопольного взаимодействия: модель Бертрана, модель Эджуорта, модель Курно. Картельные соглашения фирм.

Тема 6. Ценовая дискриминация.

Ценовая дискриминация как экономическое явление. Ценовая дискриминация первой, второй, третьей степени. Межвременная ценовая дискриминация. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния.

Тема 7. Дифференциация продукта.

Продукт как набор характеристик. Виды, формы дифференциации продукта. Факторы продуктовой дифференциации. Реальная и фантомная дифференциация. Измерение продуктовой дифференциации. Модели дифференциации продукции.

Тема 8. Инновационная деятельность и структура рынка.

Инновации как экономический процесс. Роль инновационной деятельности в экономическом развитии отраслевых рынков. Модель инновационного рынка. Влияние инновационной деятельности на структуру рынка. Инновационная деятельность в

долгосрочном периоде: проблема имитации. Инновации и общественное благосостояние. Патенты и промышленная политика государства.

Тема 9. Регулирование отраслевых рынков.

Общая характеристика конкуренции и монополии в российской экономике. Механизм влияния государства на отраслевые рынки. Политика регулирования и дерегулирования. Состоятельные и несостоятельные рынки. Экономическая политика и регулирование монополии.

2.2. Объём дисциплины и виды учебной работы

Дисциплина изучается в 4 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины распределяется по основным видам учебной работы в соответствии с учебным планом, утвержденным ректором ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ, следующим образом:

Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц
Контактная работа (всего)	54/1,5
В том числе:	
Лекции	18
Практические / семинарские занятия (ПЗ/СЗ)	36
Лабораторные занятия (ЛЗ)	-
Самостоятельная работа студентов (всего)	90/2,5
В том числе:	
Подготовка к практическим/семинарским занятиям	60
Подготовка к лабораторным занятиям и к защите лабораторных работ	-
Выполнение курсового проекта/курсовой работы	-
Реферат	-
Подготовка к зачету	30
Контроль (подготовка к экзамену)	-
Общая трудоемкость	144/4

2.3 Распределение учебного времени по разделам и темам

№ темы	Наименование раздела и темы	Всего		в том числе				Формируемые компетенции
		час.	%	контактная работа			СРС	
				лекции	ЛЗ	ПЗ/СЗ		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Введение в теорию отраслевых рынков. Предмет и методология.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3

2.	Барьеры входа-выхода и динамика рынка.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
3.	Анализ монопольного поведения фирмы на рынке. Естественная монополия.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
4.	Концентрация производства. Интеграция и диверсификация.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
5.	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (олигополистическое взаимодействие).	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
6.	Ценовая дискриминация.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
7.	Дифференциация продукта.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
8.	Инновационная деятельность и структура рынка.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
9.	Регулирование отраслевых рынков.	16	11,1	2		4	10	ОК- 3
	Общая трудоемкость	144	100	18		36	90	

2.4. Содержание лекций

№ п/п	Содержание лекции	Продол ж., часов	Формир. компете
1.	Рынок как совокупность продавцов товаров-субституттов. Определение географически ограниченного рынка. Классификация рынков. Рыночная структура. Рынок совершенной конкуренции. Рынок монополистической конкуренции. Олигополия и олигопсония. Монополия и монопсония. Минимально эффективный выпуск (МЭВ).	2	ОК-3
2.	Нестратегические барьеры входа-выхода: барьер капитальных затрат, административные барьеры, состояние инфраструктуры рынка. Стратегические барьеры входа-выхода: ценообразование, ограничивающее вход на рынок (модель Бейна, модель Модельяни).	2	ОК-3
3.	Монополия как объект экономического анализа. Оптимальный выбор нерегулируемого монополиста. Последствия монопольной власти фирмы. Сравнительная эффективность производства в условиях конкуренции и монополии (Х-неэффективность, Х-эффективность). Регулирование монополии. Налогообложение монополии. Проблема естественной монополии. Ценовое регулирование естественной монополии.	2	ОК-3
4.	Экономическое содержание концентрации производства. Показатели отраслевой концентрации: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, дисперсия рыночных долей, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана, индекс энтропии. Показатели рыночной власти фирмы: Индекс Бэйна, индекс Лернера, индекс Тобина. Регулирование слияний и поглощений. Вертикальная интеграция. Вертикальные ограничения.	2	ОК-3

	Диверсификация. Формы диверсификации производства.		
5.	Ценовые модели олигопольного взаимодействия: модель Бертрана, модель Эджуорта, модель Курно. Ценовое лидерство фирмы Картельные соглашения фирм.	2	ОК-3
6.	Ценовая дискриминация как экономическое явление. Условия возникновения ценовой дискриминации. Совершенная ценовая дискриминация. Ценовая дискриминация второй степени. Ценовая дискриминация третьей степени. Взаимосвязанные продажи. Парадокс Коуза. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния	2	ОК-3
7.	Продукт как набор характеристик. Виды, формы, факторы дифференциации продукта. Модели дифференциации продукции: модель Ланкастера, модель Чемберлена, модель Хотеллинга, модель Салопы, модель Габцевича – Тиссе. Реклама как фактор продуктовой дифференциации.	2	ОК-3
8.	Инновации как экономический процесс. Классификация инноваций. Роль инновационной деятельности в экономическом развитии отраслевых рынков. Инновационная активность. Факторы, влияющие на развитие инновационного процесса. Взаимосвязь инновационной деятельности и параметров структуры рынка Модель инновационного рынка. Влияние инновационной деятельности на структуру рынка. Инновационная деятельность в долгосрочном периоде: проблема имитации. Инновации и общественное благосостояние.	2	ОК-3
9.	Общая характеристика конкуренции и монополии в российской экономике. Роль финансово-промышленных групп. Механизм влияния государства на отраслевые рынки. Типы отраслевой политики. Политика регулирования и дерегулирования. Состоятельные и несостоятельные рынки. Институты, реализующие антимонопольную политику. Методы государственного регулирования естественных монополий.	2	ОК-3
	Итого	18	

2.5. Содержание лабораторных занятий

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

2.6. Содержание практических/семинарских занятий

№ п/п	Наименование практических/семинарских занятий	Продолж. часов	Формир. компетенции
1.	Рынок как совокупность продавцов товаров-субститутов. Понятие отрасли. Релевантный рынок. Географически ограниченный рынок. Классификация рынков. Эффект масштаба. Ценовая эластичность спроса. Перекрестная эластичность спроса. Взаимозаменяемые товары. Правило пяти процентов.	2	ОК-3
2.	Рыночная структура. Рынок совершенной конкуренции. Рынок монополистической конкуренции. Олигополия и олигопсония. Монополия и монопсония. Минимально эффективный выпуск (МЭВ). Свободная экономическая зона (СЭЗ).	2	ОК-3
3.	Емкость рынка. Объем первоначальных инвестиций, необходимых для	2	ОК-3

	создания фирмы. Условие абсолютного преимущества в издержках. Условие относительного преимущества в издержках.		
4.	Ценообразование, ограничивающее вход на рынок (модель Бейна, модель Модельяни).	2	ОК-3
5.	Предельная выручка фирмы-монополиста. Монопольная цена и монопольный объем, максимизирующие прибыль фирмы-монополиста. Чистые потери благосостояния от монополии. Чистые потери благосостояния от монополии. Реакция монополиста на налог. Паушальный налог на прибыль фирмы-монополиста.	2	ОК-3
6.	Естественная монополия. Оценка субаддитивности издержек. Ценообразование Рамсея, двухчастный тариф, ценовая дискриминация, пиковое ценообразование.	2	ОК-3
7.	Показатели отраслевой концентрации: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, дисперсия рыночных долей, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана, индекс энтропии.	2	ОК-3
8.	Показатели рыночной власти фирмы: Индекс Бэйна, индекс Лернера, индекс Тобина. Регулирование слияний и поглощений.	2	ОК-3
9.	Ценовые модели олигопольного взаимодействия: модель Бертрана, модель Эджуорта, модель Курно.	2	ОК-3
10.	Асимметрия информации. Ценовое лидерство фирмы. Картельные соглашения фирм.	2	ОК-3
11.	Оценка цены как ценовой дискриминации. Определение платы за вход при ценовой дискриминации первой степени. Оптимальные тарифы при ценовой дискриминации второй степени. Оптимальное соотношение цен при ценовой дискриминации третьей степени.	2	ОК-3
12.	Соотношение цен при межвременной ценовой дискриминации. Определение грабительской цены.	2	ОК-3
13.	Оценка степени дифференциации товара на основе затрат на рекламу. Индекс Ротшильда. Модели дифференциации продукции: модель Ланкастера, модель Чемберлена,	2	ОК-3
14.	Модели дифференциации продукции: модель Хотеллинга, модель Салопа, модель Габцевича – Тисе.	2	ОК-3
15.	Инновации. Классификация инноваций. Диффузия изобретений. Патент. Авторские права. Государственные расходы на НИОКР. Внешний эффект. Величина роялти. Дисконтированная стоимость потенциальной выгоды от инновации. Плата за лицензию.	2	ОК-3
16.	Модель инновационного рынка. Влияние инновационной деятельности на структуру рынка. Проблема имитации. Патенты.	2	ОК-3
17.	Финансово-промышленные группы. Механизм влияния государства на отраслевые рынки. Типы отраслевой политики. Политика регулирования и дерегулирования.	2	ОК-3
18.	Состоятельные и несостоятельные рынки. Институты, реализующие антимонопольную политику. Методы государственного регулирования естественных монополий.	2	ОК-3
	Итого	36	

2.7. Содержание самостоятельной работы студентов

Содержание вопросов, изучаемых студентами самостоятельно:

№ п/п	Наименование изучаемых тем или вопросов	Продолж., часов	Формир. компетенции
1.	Введение в теорию отраслевых рынков. Предмет и методология. Сравнительный анализ типов рыночных структур. Факторы, определяющие структуру рынка. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции". Федеральный закон от 13.03.2006 № 37-ФЗ "О рекламе". Федеральный закон от 17.08.1995 №147-ФЗ "О естественных монополиях".	10	ОК-3
2.	Барьеры входа-выхода и динамика рынка. Динамика рынка на примере конкретной отрасли. Анализ показателей входа фирм на рынок и показателей выхода с рынка для конкретной отрасли экономики.	10	ОК-3
3.	Анализ монопольного поведения фирмы на рынке. Естественная монополия. Совершенная конкуренция и монополия: сравнительный анализ поведения фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Нежелательные последствия регулирования естественной монополии.	10	ОК-3
4.	Концентрация производства. Интеграция и диверсификация. Вертикальная интеграция: виды, причины, последствия для общественного благосостояния. Франчайзинг как особый вид вертикальных ограничений. Причины диверсификации как стратегии поведения фирм на рынке. Индекс диверсификации.	10	ОК-3
5.	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (олигополистическое взаимодействие). Проблема оценки поведения конкурентов на рынке. Условия возникновения ценовой войны.	10	ОК-3
6.	Ценовая дискриминация. Ценовая дискриминация: виды, условия эффективности, последствия для общественного благосостояния. Доказательства наличия грабительского ценообразования.	10	ОК-3
7.	Дифференциация продукта. Реальная и фантомная дифференциация. Конкуренция, монополия и уровень качества продуктов. Роль рекламы в формировании спроса на рынках с продуктовой дифференциацией.	10	ОК-3
8.	Инновационная деятельность и структура рынка. Информационные технологии и риски. Информационные технологии и конкурентная позиция фирмы. Влияние государственной промышленной политики на инновационную деятельность фирм (субсидии, налоги, патенты, лицензирование).	10	ОК-3
9.	Регулирование отраслевых рынков. История антимонопольной политики России. Плюсы и минусы идеала конкурентного рынка как ориентира конкурентной политики России. Поддержка малого бизнеса в России.	10	ОК-3
	Итого	90	

2.8. Инновационные образовательные технологии

Вид занятия Формы работы	Лекции	ЛЗ	ПЗ/СЗ
Проблемные лекции	+	-	-
Анализ конкретных ситуаций	+	-	+
Учебные дискуссии	+	-	+
Конференции	-	-	+

2.9. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предшествующими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечивающих (предшествующих) и обеспечиваемых (последующих) дисциплин
Предшествующие дисциплины	
1.	Микроэкономика
2.	Макроэкономика
Последующие дисциплины	
1.	Мировая экономика и международные экономические отношения
2.	Разработка управленческих решений

2.10. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Перечень компетенций	Виды занятий				
	Лекции	ЛЗ	ПЗ/СЗ	КП/КР	СРС
ОК-3	+	-	+/-	-	+

2.11. Фонд оценочных средств

Для установления соответствия уровня подготовки студентов требованиям федерального государственного образовательного стандарта, профессиональных стандартов разработан фонд оценочных средств (вопросы для подготовки к зачету, тесты, контрольные работы и др.). Фонд оценочных средств представлен в Приложении № 1.

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

3.1. Рекомендуемая литература

Основная:

1. Розанова Н. М. Экономический анализ фирмы и рынка [Электронный ресурс] / Н.М. Розанова; И.В. Зороастрова. Москва: Юнити-Дана, 2012.- 280 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118556>.

2. Самсонова М. В. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] / М.В. Самсонова; Е.А. Белякова. Оренбург: ОГУ, 2015.- 135 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330589>.

3. Юсупова Г. Ф. Теория отраслевых рынков [Электронный ресурс] / Г.Ф. Юсупова. Москва: Высшая школа экономики, 2012.- 280 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227298>.

Дополнительная:

1. Девяткин Е. А. Антимонопольное регулирование [Электронный ресурс] / Е.А. Девяткин. Москва: Евразийский открытый институт, 2009.- 320 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90675>.

2. Колпакова И. А. Политика цен на энергосырьевые ресурсы в современной России / И.А. Колпакова. Санкт-Петербург: Алетейя, 2011.- 331 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=74904>.

3. Рой Л. Анализ отраслевых рынков [Электронный ресурс] / Л. Рой; В. Третьяк. Москва: ИНФРА-М, 2008.- 441 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=316967>.

Периодические издания:

«Вопросы статистики», «Вопросы экономики», «Право и экономика», «Экономист», «Экономические науки», «Мировая экономика и международные отношения», «Экономический журнал Высшей школы экономики».

3.2. Учебно-методические разработки

Учебно-методических разработок нет.

3.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

1. Комплект мультимедийных презентаций по темам программы дисциплины «Теория отраслевых рынков».

3.4. Электронные образовательные ресурсы, находящиеся в свободном доступе в сети Интернет

1. Единое окно доступа к учебно-методическим разработкам <http://csaa.ru>.
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>.
3. Учебный сайт <http://test-exam.ru>.
4. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
5. Университетская библиотека ONLINE <http://biblioclub.ru/>
6. Федеральная антимонопольная служба <http://www.fas.gov.ru/>
7. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>
8. Библиотека Либертариума: <http://libertarium.ru/>

4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Перечень учебных лабораторий, компьютерных классов кафедры экономики и финансов

1. Лекционные аудитории № 326, 426 с мультимедийными комплексами.

Перечень основного лабораторного оборудования:

Лабораторное оборудование для кафедры не предусмотрено.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

текущего контроля и промежуточной аттестации

по дисциплине **«ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»**

Направление подготовки **38.03.01 Экономика**

Профиль **Бухгалтерский учет, анализ и аудит**

Уровень высшего образования – **бакалавриат**

Форма обучения – **очная**

Челябинск

2015

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения (показатели сформированности компетенций).....	15
2. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов контроля.....	15
3. Учебно-методические разработки, используемые для контроля знаний, умений и навыков.....	15
4. Оценочные средства для проведения текущего контроля.....	15
4.1. Устный ответ на практическом/семинарском занятии.....	15
4.2. Тестирование.....	16
5. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.....	22
5.1. Зачет.....	22

1. Планируемые результаты обучения* (показатели сформированности компетенций)

**Пороговым уровнем могут считаться ЗУН, полученные в результате освоения предшествующих дисциплин (см. табл. 2.9. Рабочей программы дисциплины).*

Контролируемые компетенции	ЗУН		
	знания	умения	навыки
ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Студент должен знать: - экономические основы отраслевых рынков; - методы и принципы анализа рыночных структур; - закономерности функционирования отраслей, рынков;	Студент должен уметь: анализировать различные типы рынков; - исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию; - оценивать эффективность мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей.	Студент должен владеть: - экономической терминологией и лексикой данной дисциплины; - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории отраслевых рынков и практикой ее развития; - навыками работы с информационными источниками, учебной литературой по данной проблематике.

2. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов контроля

Перечень компетенций	Виды контроля по дисциплине
ОК-3	- тест; - устный ответ на практическом занятии; - зачет.

3. Учебно-методические разработки, используемые для оценки знаний, умений и навыков

Учебно-методических разработок нет

4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

4.1. Устный ответ на практическом занятии

Устный ответ на практическом занятии используется для оценки качества освоения студентом основной профессиональной образовательной программы по отдельным темам дисциплины. Ответ оценивается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Критерии оценки ответа (табл.) доводятся до сведения студентов в начале занятий. Оценка объявляется студенту непосредственно после устного ответа.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка 5 (отлично)	- студент полно усвоил учебный материал; - проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления и восприятия информации, навыки описания основных экономических законов, явлений и процессов; - материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; - показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; - продемонстрировано умение решать экономические задачи; - продемонстрирована сформированность и устойчивость знаний, умений и навыков; - могут быть допущены одна–две неточности при освещении второстепенных вопросов.
Оценка 4 (хорошо)	ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет место один из недостатков: - в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; - в решении экономических задач допущены незначительные неточности.
Оценка 3 (удовлетворительно)	- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; - имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, решении экономических задач, исправленные после нескольких наводящих вопросов; - при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность знаний, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.
Оценка 2 (неудовлетворительно)	- не раскрыто основное содержание учебного материала; - обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; - допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, решении экономических задач, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; - отсутствуют соответствующие знания, умения и навыки.

4.2. Тестирование

Тестирование используется для оценки качества освоения студентом основной профессиональной образовательной программы по темам дисциплины. По результатам тестирования студенту выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Критерии оценки ответа студента (табл.) доводятся до сведения студентов до начала тестирования. Результат тестирования объявляется студенту непосредственно после его сдачи.

Шкала	Критерии оценивания (% правильных ответов)
Оценка 5 (отлично)	80-100

Шкала	Критерии оценивания (% правильных ответов)
Оценка 4 (хорошо)	70-79
Оценка 3 (удовлетворительно)	50-69
Оценка 2 (неудовлетворительно)	менее 50

Тестовые задания

- Границы рынка зависят от:
 - высоких транзакционных издержек;
 - высоких административных издержек;
 - высоких транспортных издержек;
 - структуры отрасли;
 - поведения фирмы.
- Эффективность распределения производственных ресурсов означает:
 - высокое качество товара;
 - равенство цен товаров предельной полезности всех покупателей;
 - равенство цен товаров предельным издержкам выпуска товаров у последнего агента, могущего организовать безубыточное производство;
 - отсутствие долгов у компаний действующих на рынке;
 - равенство цен товаров предельным издержкам выпуска первого агента, организующего безубыточное производство отрасли.
- К фундаментальным условиям отрасли относятся:
 - технология производства;
 - местоположение покупателей товара;
 - дифференциация продукта;
 - размер заказов;
 - фирмы-конкуренты
- Структура отрасли включает в себя:
 - объемы продаж потенциальных конкурентов;
 - расходы на рекламу потенциальных продавцов;
 - местоположение покупателей товара;
 - барьеры входа-выхода;
 - продуктовую дифференциацию.
- Выберите характерные черты для монополии:
 - большое количество продавцов;
 - несколько крупных продавцов;
 - один продавец;
 - товар взаимозаменяемый;
 - уникальный товар.
- Рынок в экономическом анализе и политике поддержки конкуренции - это:
 - место встречи покупателей и продавцов товара;
 - совокупность продавцов и производителей товара;
 - совокупность всех агентов, действующих в какой-либо местности;
 - все продавцы и покупатели какого-либо товара;
 - взаимоотношения между покупателями и продавцами какого-либо товара.
- Выберите характерные черты для олигополии:
 - большое количество продавцов;
 - несколько крупных продавцов;
 - один продавец;

- г) товар взаимозаменяемый;
 - д) уникальный товар.
8. Если монополия преследует цель максимизации совокупной выручки, ее объем продаж будет:
- а) больше, чем для монополии, максимизирующей прибыль;
 - б) меньше, чем для монополии, максимизирующей прибыль;
 - в) равен объему продаж в условиях совершенной конкуренции;
 - г) равен объему продаж монополии, максимизирующей прибыль;
 - д) неопределен.
9. Убытки в условиях монополии:
- а) невозможны;
 - б) возможны при динамично растущем спросе;
 - в) возможны, если ее средние издержки превышают среднюю выручку в точке равновесия;
 - г) возможны, если ее предельные издержки превышают предельную выручку в точке равновесия;
 - д) возможны только в краткосрочном периоде.
10. При постоянной отдаче от масштаба:
- а) чистые потери благосостояния от монополии составляют половину монопольной прибыли;
 - б) Х-неэффективность монополии выше, чем чистые потери благосостояния;
 - в) Х-эффективность монополии больше, чем чистые потери благосостояния;
 - г) чистые потери благосостояния равны нулю;
 - д) чистые потери благосостояния неопределенны.
11. Спрос в отрасли равен: $Q = 1 - P$. Совокупные издержки выпуска монополиста составляют: $ТС = 0,2Q$. Совокупные издержки фирмы-конкурента: $ТС = 0,5Q$. Совокупные потери благосостояния от монополии составляют:
- а) (- 0,005);
 - б) (+ 0,115);
 - в) (- 0,115);
 - г) (+ 0, 005);
12. Все из следующего может способствовать возникновению монопольной власти фирмы, за исключением:
- а) исключительного контроля фирмы над важными факторами производства;
 - б) положительного эффекта масштаба;
 - в) патентов и авторских прав;
 - г) неэффективного производственного процесса;
 - д) правительственных лицензий и франшиз.
13. Уровень выпуска, максимизирующий прибыль, производимый нерегулируемой монополией, равен:
- а) социально оптимальному уровню, так как предельная выручка фирмы равна ее предельным издержкам.
 - б) больше, чем социально оптимальный уровень, так как предельные издержки фирмы превышают ее предельную выручку.
 - в) больше, чем социально оптимальный уровень, так как фирма получает экономическую прибыль.
 - г) меньше, чем социально оптимальный уровень, так как цена, уплачиваемая потребителями, превышает предельные издержки фирмы.
 - д) меньше, чем социально оптимальный уровень, так как цена продукта меньше предельной выручки фирмы.
14. Высота барьера капитальных затрат зависит от:
- а) наличия в отрасли иностранных конкурентов;

- б) легкости доступа к источникам сырья;
 - в) наличия опыта функционирования фирмы в отрасли;
 - г) минимально эффективного размера производства
 - д) степени коррупционности местных властей.
15. Старая фирма допустит вход новой фирмы, если:
- а) продукт на рынке однороден;
 - б) выпуск новой фирмы составляет небольшую долю отраслевого предложения и не будет расти;
 - в) цена новой фирмы всегда ниже ее предельных издержек;
 - г) цена новой фирмы всегда ниже цены старой фирмы;
 - д) доли старой и новой фирм равны.
16. К стратегическим барьерам входа относится:
- а) емкость рынка;
 - б) объем капитальных вложений, необходимый для организации безубыточного производства в отрасли;
 - в) дополнительные инвестиции в оборудование;
 - г) доступ к более качественным источникам сырья;
 - д) состояние инфраструктуры рынка.
17. Нестратегические барьеры входа включают все, кроме параметра:
- а) емкость рынка;
 - б) объем капитальных вложений, необходимый для организации безубыточного производства в отрасли;
 - в) дополнительные инвестиции в оборудование;
 - г) доступ к более качественным источникам сырья;
 - д) состояние инфраструктуры рынка.
18. К целям государственной антимонопольной политики не относится:
- а) обеспечение эффективности производства и распределения ресурсов в экономике;
 - б) предотвращение нежелательных рыночных структур;
 - в) помощь одним экономическим агентам за счет других.
19. Некоторым монополиям разрешается существовать в рамках регулирования, потому что:
- а) наличие большего числа фирм в отрасли приведет к большему положительному эффекту масштаба;
 - б) отрасль получает выгоды от естественной монополии;
 - в) наличие большего числа фирм приведет к ценовой конкуренции в отрасли;
 - г) наличие большего числа фирм приведет к неэффективному использованию мощностей;
 - д) отрасль обслуживает большое число людей.
20. Фирма X, являющаяся доминирующей на рынке апельсинов в городе М, отказала в продаже своего товара конкурирующей фирме Z, выпускающей апельсиновый сок. Антимонопольный орган сочтет это действие:
- а) законным;
 - б) незаконным на основании правила разумности;
 - в) незаконным как таковым;
 - г) приятным;
 - д) неприятным.
21. В каком случае антимонопольный орган, скорее всего, согласится с наличием в отрасли картеля:
- а) в период кризиса в экономике;
 - б) в период экономического бума и перегрева конъюнктуры;
 - в) в период роста мировых цен на нефть;
 - г) в период нарушения денежного обращения в стране;

- д) в период большой безработицы.
22. Стабильность картеля тем выше, чем:
- а) выше вероятность повторных продаж на рынке;
 - б) ниже ожидания наказания за ценовой сговор от государства;
 - в) выше выигрыш от нарушения картельного соглашения;
 - г) ниже потери от наказания;
 - д) менее стабильной является прибыль картеля.
23. Если поглощающая фирма, обладая 20% рынка, хочет купить фирму, на долю которой приходится 1% рынка, то антимонопольный орган:
- а) разрешит сделку только для низкоконцентрированных отраслей;
 - б) разрешит сделку в любом случае;
 - в) запретит сделку в любом случае;
 - г) разрешит сделку только для высококонцентрированных отраслей
 - д) ничего не будет делать.
24. Компания ABC собирается войти на рынок телевизоров. Она рассматривает следующие варианты ценовой политики:
- а) купоны в газетах, предоставляющие потребителям 10% скидку при покупке дополнительного видео оборудования;
 - б) предложить товар по более низкой цене за единицу при покупке более двух телевизоров;
 - в) предложить крупные распродажи раз в неделю;
 - г) предложить более низкую цену при покупке пятого телевизора;
 - д) предложить красивым девушкам скидку в 3,5%.
25. Продажа товаров в спорткомплексе "Успехи" строится следующим образом: плата за вход составляет 10 руб., а цена товаров равняется минимуму средних издержек. Это пример:
- а) неправильной политики администрации спорткомплекса;
 - б) лимитирующего ценообразования;
 - в) грабительского ценообразования;
 - г) клубного ценообразования;
 - д) продуктовой дифференциации.
26. Если вертикальная интеграция происходит в условиях олигопольного рынка и конечного и промежуточного продуктов, то по сравнению с вертикальной интеграцией при монополии на обоих рынках:
- а) совокупный выпуск интегрированной фирмы будет меньше, а цена выше;
 - б) совокупный выпуск интегрированной фирмы будет больше, а цена выше;
 - в) никаких изменений не произойдет;
 - г) совокупная прибыль от интеграций будет больше;
 - д) совокупная прибыль от интеграции будет меньше.
27. Стимулами к вертикальной интеграции служат все факторы, кроме фактора:
- а) высокие транзакционные издержки;
 - б) монопольная структура рынка промежуточной продукции;
 - в) давление государственного регулирования;
 - г) проблема "заказчик-исполнитель";
 - д) использование системы ценовой дискриминации.
28. Вертикально-интегрированная фирма:
- а) может включать в себя как собственность на заводы разных стадий производства продукта, так и вертикальные контракты ограничительного характера;
 - б) включает в себя только собственность на заводы разных стадий производства продукта;
 - в) включает в себя только вертикальные контракты ограничительного характера;

- г) может включать в себя как собственность на заводы разных стадий производства, так и вертикальные контракты любого характера;
- д) включает в себя только вертикальные контракты любого характера.
29. Дифференциация товара как стратегия блокирования входа на рынок предусматривает:
- а) выпускать как можно большее число товарных марок;
 - б) выпускать как можно меньшее число товарных марок;
 - в) ориентироваться на потребителей с наивысшей ценовой эластичностью спроса;
 - г) выпускать товар с такими характеристиками, чтобы предельная норма замещения данного товара и товаров-конкурентов в обмене для потребителей была выше, чем в случае первоначального равновесия;
 - д) назначать такую цену на товар, чтобы повышалась предельная полезность денежной единицы товара для потребителя.
30. Транспортные расходы в модели Хотеллинга - это:
- а) денежный эквивалент потери полезности потребителя при покупке менее предпочитаемого товара;
 - б) скидки с цены продажи, предлагаемые продавцом с целью стимулировать спрос;
 - в) дополнительные расходы на рекламу.
31. Торговая марка не включает:
- а) слова и символы, обеспечивающие различие товара и услуги одной фирмы от подобных товаров и услуг других фирм;
 - б) обязательную регистрацию в торговой палате страны;
 - в) может переходить с наименования товара одной фирмы к характеристике всего продуктового класса
 - г) не подвержена изменениям в течение длительного периода времени;
 - д) фамилию владельца патента на товар.
32. Основными показателями научно-технического прогресса в стране являются:
- а) расходы НИОКР как доля от ВВП страны;
 - б) доля государственного финансирования НИОКР;
 - в) доля инноваций, получивших национальное и международное распространение;
 - г) число инновационно-активных предприятий в стране;
 - д) все перечисленное верно.
33. Антимонопольный комитет страны установил, что фирма, являющаяся монополистом на данном рынке, производит 25 тыс. шт. товара в неделю. При этом его цена завышена на 10% по сравнению с ценой, которая сложилась бы на конкурентном рынке, а объем выпуска занижен на 29%. Каковы чистые потери благосостояния от монополии на данном рынке, если предельные издержки составляют 100 тыс. руб.?
34. Спрос на рынке, контролируемом монополистом, описывается уравнением $P_d = 1200 - Q_d$, где P_d – цена, Q_d – объем спроса. Общие издержки фирмы – монополиста описываются уравнением $TC(Q) = Q^2$. Какой потолок цен должно установить государство, чтобы максимизировать благосостояние общества?
35. Общие издержки зависят от выпуска как $TC = 10Q$, где Q – 6 тыс. шт. При этом постоянные издержки составляют 25 тыс. руб. Предельная выручка монополиста зависит от объема продаж как $MR = 50 - Q$. По какой цене монополия продаст товар? Определите показатель монопольной власти фирмы.

5. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

5.1. Зачет

Зачет является формой оценки качества освоения студентом основной профессиональной образовательной программы по вопросам дисциплины. По результатам зачета студенту выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Зачет проводится в форме опроса по билетам. Зачет проводится в специально установленный период, предусмотренный учебным планом.

Критерии оценки ответа студента (табл.), а также форма его проведения доводятся до сведения студентов до начала зачета. Результат зачета объявляется студенту непосредственно после его сдачи, затем выставляется в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Шкала	Критерии оценивания
Оценка «зачтено»	знание программного материала, усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой дисциплины, правильное решение экономической задачи (допускается наличие малозначительных ошибок или недостаточно полное раскрытие содержания вопроса или погрешность не принципиального характера в ответе на вопросы).
Оценка «не зачтено»	пробелы в знаниях основного программного материала, принципиальные ошибки при ответе на вопросы.

Вопросы к зачету 4 семестр

1. Рынок. Установление границ рынка.
2. Типы рыночных структур.
3. Факторы, определяющие структуру рынка.
4. Фирма: понятие и признаки. Основные концепции фирмы.
5. Цели деятельности фирмы и стратегии выживания фирмы.
6. Показатели отраслевой концентрации.
7. Показатели рыночной власти фирмы
8. Регулирование слияний и поглощений.
9. Совершенная конкуренция и монополия: сравнительный анализ поведения фирмы в краткосрочном и долгосрочном периоде.
10. Определение барьеров входа-выхода на рынок.
11. Виды нестратегических барьеров.
12. Виды стратегических барьеров.
13. Понятие и виды дифференциации продукта.
14. Модель пространственной дифференциации Хотеллинга.
15. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона.
16. Неполнота информации и асимметричность.
17. Поведение доминирующей фирмы на рынке.
18. Классификация некооперативных стратегий поведения крупных фирм.
19. Кооперативные модели поведения олигополистов.
20. Понятия и виды ценовой дискриминации.
21. Рынок с монополистической конкуренцией. Модель Хотеллинга. Модель Салопы.
22. Вертикальная интеграция: виды, причины, механизм, последствия для общественного благосостояния.
23. Вертикальные ограничения: виды, причины, механизм осуществления.
24. Франчайзинг как особый вид вертикальных ограничений.
25. Зарубежный опыт государственной политики по отношению к вертикальной интеграции.
26. Особенности вертикальных отношений в России.

27. Последствия вертикальной интеграции для экономики.
28. Естественная монополия: понятие, условия наличия и регулирование отраслей естественной монополии.
29. Инновации как экономический процесс.
30. Взаимосвязи между структурой рынка и технологическими инновациями.
31. Государственная отраслевая политика: понятие, типы и принципы построения.
32. Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства.
33. Проблемы антимонопольного законодательства в России.
34. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России

6 ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

[illegible]