

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е. И. Скафа

«22» апреля 2020 г.



Рабочая программа учебной дисциплины

«ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

Укрупненная группа направлений подготовки и специальностей	<i>38.00.00 Экономика и управление</i>
Направление подготовки	<i>38.03.02 Менеджмент</i>
Профиль подготовки	-
Образовательная программа	<i>Бакалавриат</i>
Квалификация	<i>Академический бакалавр</i>
Форма обучения	<i>Очная, заочная, в том числе с ускоренным сроком обучения</i>

УТВЕРЖДАЮ:

И. о. декана экономического факультета
Полшков Ю. Н.

21 апреля 2020 г.

М.П.



Рабочая программа учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» составлена на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом МОН ДНР от 24.08.2016 г. № 859, зарегистрированный в Министерстве юстиции ДНР 12.09.2016 г. № 1 559; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 10.11.2017 г. (с изменениями, внесенными от 03.05.2019 г. №567); учебного плана и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Разработчик:
доцент кафедры менеджмента, к.э.н., с.н.с.

А. В. Матюшин

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры «Менеджмент»

Протокол № 9а от «07» апреля 2020 г.

И. о. зав. кафедрой менеджмента

А. В. Половян

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 8 от «20» апреля 2020 года

Председатель УМК

Е. Н. Стрелина

ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к вариативной части профессионального блока образовательной программы. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими и сопутствующими дисциплинами (политэкономия, микроэкономика, макроэкономика, современные технологии, менеджмент, маркетинг, экономика предприятий). Данная дисциплина является основой для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика учебной дисциплины				
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент			
Профиль подготовки	-			
Образовательная программа	Бакалавриат			
Квалификация	Академический бакалавр			
Количество содержательных модулей и тем	2 (9)			
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть			
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	1 модульный контроль, зачет в 8-м семестре			
Показатели	очная форма обучения		заочная форма обучения	
	нормат. срок	ускор. срок	нормат. срок	ускор. срок
Количество зачетных единиц	2	2	2	2
Количество часов	72	72	72	72
Год подготовки	4	2	2	1
Семестр	8	4	4	2
Количество часов				
- лекционных	24	24	6	4
- практических, семинарских	18	12	4	4
- лабораторных	-	-	-	-
- самостоятельной работы	30	36	62	64
в т.ч. индивидуальное задание	-	-	-	-
Недельное количество часов, т. ч.				
аудиторных	2	2	×	×
самостоятельной работы студента	4	4	×	×

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Теория отраслевых рынков» является приобретение обучающимися навыков аналитического исследования рыночных структур и поведения фирм на рынках товаров и услуг, основанного на комплексном, междисциплинарном подходе; формирование у будущих выпускников стратегического экономического мышления, позволяющего с наибольшей отдачей действовать в условиях рыночных отношений.

Задачи – усвоение студентами сущности современных технологий анализировать факторы, влияющие на спрос потребителей, и видеть преимущества и недостатки различных методов оценки рыночного спроса, приобретение практических навыков борьбы с неблагоприятным отбором и моральным риском на рынках с асимметричной информацией, понимать, оценки и сравнивать результативность различных видов социально-экономической политики государства на конкурентных рынках, Классифицировать реально

функционирующие рынки в соответствии с типами рыночных структур, применяя информацию из разнородных источников, анализировать стратегическое поведение фирм на российских и зарубежных рынках, используя и комбинируя различные теоретические методы и подходы, понимать преимущества и недостатки различных форм и методов ценовой дискриминации как инструмента маркетинговой стратегии фирм.

Требования к результатам освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденного приказом МОН ДНР от 24.08.2016 г. № 859:

<i>общекультурных (ОК):</i>	
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию;
<i>общепрофессиональных (ОПК):</i>	
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
<i>профессиональных (ПК):</i>	
ПК-8	способностью к обоснованию управленческих решений, а также применению конкретных способов и методов управления на основе глубокого понимания основных закономерностей развития управленческой мысли, течений, тенденций развития научных подходов к управлению, доказавших свою эффективность
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-13	умением анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

– категории, концепции, теоремы, предметные области основных направлений экономики отраслевых рынков;

– методы экономики отраслевых рынков и инструменты анализа;

– основные виды государственной отраслевой политики и пути повышения ее эффективности

уметь:

– проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур;

– исследовать и прогнозировать последствия решений, принимаемых отдельными субъектами рынка;

– оценивать эффективность мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей;

владеть:

– методами прикладных исследований и оценки эффективности функционирования отраслевых рынков, фирм, а также мер государственной отраслевой политики;

– приемами работы со статистической отраслевой информацией;

– подходами к объяснению процессов, происходящих в отдельных отраслях современной российской экономики как последствий влияния проводимой государственной политики в сфере государственного регулирования

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические и лабораторные занятия, а также самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные и анимационные видеоролики научно-познавательного характера, раздаточные материалы.

В учебном процессе применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение.

Использование в учебном процессе интернет-ресурсов по данному курсу; рассмотрение задач, максимально приближенных к конкретным практическим ситуациям; тесты; самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, защиту презентаций и докладов.

Тематический план дисциплины «Теория отраслевых рынков»

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1 Теоретическая площадка оценки рыночных структур	
Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Объект и предмет теории отраслевых рынков. 2. Экономическая теория фирмы. Классификация фирм. 3. Определение рынка и отрасли. Границы рынка. 4. Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие рыночную структуру.
Тема 2. Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Концентрация продавцов на рынке. Показатели концентрации. Кривые концентрации. Кривая Лоренца. 2. Монополия на отраслевом рынке как объект экономического анализа. Рыночная власть фирмы и ее источники. 3. Показатели рыночной власти. 4. Последствия рыночной власти фирмы.
Тема 3. Монополия и проявление монопольной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Барьеры вступления в отрасль и чистая монополия. монопольной власти. Монопольное поведение. 2. Пространство продуктов и вертикальная дифференциация. Горизонтальная дифференциация.. 3. Ценовая дискриминация, ее основные разновидности. Совершенная ценовая дискриминация. Суть закона Робинсона-Петмана. 4. Вертикальный контроль и монопольная власть.
Тема 4. Олигополия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Олигополистическая структура рынка. 2. Теория олигополистического ценообразования: основные элементы. 3. Особенности поведения доминирующей фирмы. 4. Динамическая ценовая конкуренция, открытые и тайные соглашения (сговоры).

	5. Неправительственные барьеры входа на рынок.
Тема 5. Рынки неоднородных продуктов	1. Дифференциация продукта 2. Простейшие модели. Эффекты собственной и перекрестной цены. 3. Монополистическая конкуренция. Равновесие Чемберлина 4. Пространственные (адресные) модели 5. Прочие модели.
Содержательный модуль 2 Таргетирование и стратегирование поведения фирмы на рынке	
Тема 6. Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии.	1. Характеристика рынка олигополии. 2. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополии. . 3. Количественные модели олигополистического взаимодействия. Модель Курно. 4. Ценовые модели олигополистического взаимодействия: модель Бертрана и модель Эджворта.
Тема 7. Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке.	1. Характеристика рынка доминирующей фирмы. Условия реализации доминирования. 2. Модель ценового лидерства доминирующей фирмы с закрытым и открытым входом на примере модели Форхаймера. 3. Модель лидерства по объему выпуска Штакельберга. 4. Стратегии сознательного подражания (лидерство в ценах, фокальные точки).
Тема 8. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	1. Уровень рекламы, максимизирующий прибыль монополии. Теорема Дорфмана-Штайнера, модификация для случая олигополии. 2. Информативная реклама. 3. Целевая реклама. 4. Воздействие рекламы на рынок.
Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции.	1. Качество как мера продуктовой дифференциации, модификация модели Хотеллинга, двух-периодная игра. 2. Качество и срок службы товара. 3. Рынок «лимонов» Акерлофа.

*- вопросы или темы, выносимые на самостоятельное изучение студентом

**Структура дисциплины «Теория отраслевых рынков»
по видам учебной деятельности (нормативный срок обучения)**

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов							
	Очная форма				Заочная форма			
	Всего	В Т. Ч.			Всего	В Т. Ч.		
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа		Лекции	Практические	Самостоятельная работа
Содержательный модуль 1								
Теоретическая площадка оценки рыночных структур								
Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков	8	3	2	3	8	1	0,5	6,5

Тема 2. Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке.	8	3	2	3	8	1	0,2 5	6,7 5
Тема 3. Монополия и проявление монопольной власти	10	3	2	5	10	1	0,2 5	8,7 5
Тема 4. Олигополия	6	2	2	2	6	0,5	0,5	5
Тема 5. Рынки неоднородных продуктов	8	3	2	3	8	0,5	0,5	7
Итого по 1 содержательному модулю	40	14	10	16	40	4	2	34
Содержательный модуль 2 Таргетирование и стратегирование поведения фирмы на рынке								
Тема 6. Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии	11	3	2	6	9	0,5	0,5	8
Тема 7. Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке	9	1	3	5	7	0,5	0,5	6
Тема 8. Роль рекламы в продуктовой дифференциации	6	4	1	1	12	0,5	0,5	11
Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции	6	2	2	2	4	0,5	0,5	3
Итого по 2 содержательному модулю	32	10	8	14	32	2	2	28
Всего часов	72	24	18	30	72	6	4	62

**Структура дисциплины «Теория отраслевых рынков»
по видам учебной деятельности (сокращенный срок обучения)**

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов							
	Очная форма				Заочная форма			
	Всего	в т.ч.			Всего	в т.ч.		
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа		Лекции	Практические	Самостоятельная работа
Содержательный модуль 1 Теоретическая площадка оценки рыночных структур								
Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков	8	3	2	3	8	0,5	0,5	7
Тема 2. Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке.	8	3	2	3	8	0,2 5	0,2 5	7,5
Тема 3. Монополия и проявление монопольной власти	8	3	1	4	8	0,2 5	0,2 5	7,5
Тема 4. Олигополия	5	2	1	2	5	0,5	0,5	4
Тема 5. Рынки неоднородных продуктов	10	3	1	6	10	0,5	0,5	9
Итого по 1 содержательному модулю	39	14	7	18	39	2	2	35
Содержательный модуль 2 Таргетирование и стратегирование поведения фирмы на рынке								
Тема 6. Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии	11	3	2	6	11	0,5	0,5	10

Тема 7. Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке	9	2	1	6	9	0,5	0,5	8
Тема 8. Роль рекламы в продуктовой дифференциации	6	3	1	2	6	0,5	0,5	5
Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции	7	2	1	4	7	0,5	0,5	6
Итого по 2 содержательному модулю	33	10	5	18	33	2	2	29
Всего часов	72	24	12	36	72	4	4	64

5.ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>	
	нормат. срок	ускор.срок
Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков	3	3
Тема 2. Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке.	3	3
Тема 3. Монополия и проявление монопольной власти	3	3
Тема 4. Олигополия	2	2
Тема 5. Рынки неоднородных продуктов	3	3
Тема 6. Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии.	3	3
Тема 7. Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке.	1	2
Тема 8. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	4	3
Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции.	2	2
Всего	24	24

Темы практических занятий

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>	
	нормат. срок	ускор.срок
Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков	2	2
Тема 2. Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке.	2	2
Тема 3. Монополия и проявление монопольной власти	2	1
Тема 4. Олигополия	2	1
Тема 5. Рынки неоднородных продуктов	2	1
Тема 6. Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии.	2	2
Тема 7. Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке.	3	1
Тема 8. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	1	1
Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции.	2	1
Всего	18	12

6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ И ИНДИВИДУАЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>	
	нормат. срок	ускор. срок
Тема 1. Введение в теорию отраслевых рынков	3	3
Тема 2. Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке.	3	3
Тема 3. Монополия и проявление монопольной власти	5	4
Тема 4. Олигополия	2	2
Тема 5. Рынки неоднородных продуктов	3	6
Тема 6. Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии.	6	6
Тема 7. Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке.	5	6
Тема 8. Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	1	2
Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции.	2	4
Всего	30	36

7. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ И МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Содержательный модуль 1

Теоретическая площадка оценки рыночных структур

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 монопосония, естественная 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 Херфиндала-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 предпосылки 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 дебиторов.

17. Семейная фирма.

18. Цели работников (самоуправляющаяся фирма).

19. Неприбыльная организация.

20. Поведение государственного предприятия.

21. Монопольный рынок: предпосылки анализа, основные выводы по модели чистой монополии.

22. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты линейного и нелинейного случаев. Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.

23. Факторы, не учтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки и X-неэффективность.

24. Многозаводской монополист.

Содержательный модуль 2

Таргетирование и стратегирование поведения фирмы на рынке

25. Регулирование монополии: установление предельной цены, налогообложение (3 вида).

26. Монополия на рынке товаров длительного пользования. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза.

27. Определения барьеров входа (концепции Бэйна, Стиглера, Вайзцекера). Классификация барьеров входа. Классификация отраслей по барьерам входа. Примеры.

28. Нестратегические барьеры (определение). Емкость рынка. Барьер капитальных затрат (особенности данного барьера в российской экономике). Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Примеры.

29. Нестратегические барьеры (определение). Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация. Примеры.

30. Стратегические барьеры (определение). Ценообразование, ограничивающее вход (модель Бейна, модель Модильяни). Проблемы лимитирующего ценообразования. Практика лимитирующего ценообразования.

31. Стратегические барьеры (определение). Грабительское ценообразование. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами.
32. Стратегические барьеры (определение). Дифференциация товара. Модель Дорфмана-Штаймера (дифференциация товара через рекламу).
33. Проблемы со стратегическими барьерами. Оценка высоты барьеров входа. Динамика рынка (проблемы входа-выхода с точки зрения долгосрочного периода).
34. Особенности барьеров в российской экономике.
35. Предпосылки олигопольного рынка. Общие понятия теории олигополии (равновесие по Нэшу, функция реакции). Классификация моделей олигополии.
36. Классификация моделей олигополии. Модель Курно.
37. Классификация моделей олигополии. Модель Штакельберга.
38. Модель Бертрана (простая). Парадокс Бертрана и способы его разрешения (перечислить). Модель Бертрана с разными издержками.
39. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.
40. Модель Эджуорта (вариант с ограничением мощности меньше равновесного выпуска по Курно).
41. Модель Эджуорта (с одинаковым ограничением мощности).
42. Модель Форхаймера и модель доминирующей фирмы. Определение доминирующей фирмы, примеры из практики. Причины возникновения доминирующей фирмы.
43. Модель ценового лидерства: предпосылки модели доминирующей фирмы, графическая иллюстрация, равновесие в модели. Ценовой зонтик. Доминирующая фирма и свободный вход.
44. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" ценообразования. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы.
45. Классификация моделей кооперативного поведения. Причины возникновения картелей. Простая (статическая) модель полного картеля.
46. Классификация моделей кооперативного поведения. Динамическая модель картеля (условие стабильности). Народная теорема, «показатель терпеливости фирмы».
47. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: число фирм, частота изменения цен, изменения спроса.
48. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: асимметрия между фирмами.
49. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: горизонтальная продуктовая дифференциация, ограничение по мощности, диверсификация (многопродуктовые фирмы). Методы предотвращения нарушения картельного соглашения.
50. Вертикальная интеграция (определение). Виды вертикальной интеграции. Вертикальные ограничения. Типы вертикальных ограничений. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить) Снижение транзакционных издержек. Примеры.
51. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Решение проблемы двойной монопольной надбавки. Примеры.
52. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Стремление фирмы снизить давление гос.регулирования. Использование ценовой дискриминации. Диверсификация производства. Стремление снизить потери от монопольной власти других фирм
53. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Риск недобросовестного поведения и проблема "безбилетника" в отношениях производителя и дилера (посредника). Примеры.
54. Формы вертикальных ограничений. «Ценовые» контракты: линейная цена, 2-х частный тариф (плата за франшизу), установление минимальной и максимальной цены перепродажи (контроль уровня розничных цен). Квоты продаж. Примеры.
55. Формы вертикальных ограничений Практика "исключительной территории" и "исключительных контрактов". Участие в собственности. Примеры

56. Положительные и отрицательные последствия вертикальной интеграции (вертикальных ограничений). Примеры: случаи особой эффективности вертикальной интеграции с точки зрения фирмы и/или общества в целом. Запрещение и поддержка вертикальных ограничений, практический опыт.

57. Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первого типа (условия осуществления, последствия).

58. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация третьего типа. Факторы, исключающие арбитраж.

59. Ценовая дискриминация второго типа: виды реализации, примеры. Двухчастный тариф. Три варианта стратегии ценообразования с использованием двухчастного тарифа.

60. Практика ценовой дискриминации: двухчастный тариф, блочный тариф, оптовые продажи, взаимосвязанные продажи, нелинейное ценообразование (определение комбинаций объема покупки/цены), сезонное ценообразование. Примеры.

61. Межвременная дискриминация. Распределение спроса на товары с длительным сроком службы во времени. Парадокс Коуза.

62. Естественная монополия: характерные черты, причины возникновения. Виды естественной монополии. Примеры. Возможные причины демополизации.

63. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Ценообразование по предельным издержкам («первое наилучшее»). Возможности и проблемы конкурентного равновесия.

64. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). «Второе наилучшее» и ценообразование Рамсея (для однопродуктовой фирмы). Цена Рамсея для многопродуктовой ЕМ.

65. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Выбор качества товара регулируемого монополиста.

66. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Регулирование нормы доходности. Неэффективность инвестиционных решений регулируемой естественной монополии: эффект Аверча-Джонсона.

67. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии как альтернативный метод решения проблемы монопольной власти. Примеры.

68. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Акерлофа. Проблема «неблагоприятного отбора».

69. Проблемы «негативного отбора» и «риска недобросовестного поведения контрагента» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Примеры. Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации. Примеры. Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации.

70. Асимметрия информации о ценах. «Ловушка» для туристов.

71. Дифференцированные товары. Факторы дифференциации. Классификация моделей с дифференцированным продуктом. Мера продуктовой дифференциации.

72. Непространственные модели дифференциации продукта. Количественная конкуренция с дифференцированным продуктом.

73. Непространственные модели дифференциации продукта. Ценовая конкуренция с дифференцированным продуктом.

74. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга с фиксированным местоположением фирм (случай линейных транспортных издержек). Выбор местоположения и цены.

75. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга (случай квадратичных транспортных издержек).

8. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО ЗАДАНИЯ

Теория.

1. Классификация моделей олигополии. Модель Штакельберга.
2. Модель Бертрана (простая). Парадокс Бертрана и способы его разрешения).

3. Ответить на тесты.

1. В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:

- А) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей;
- Б) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм;
- В) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм;
- Г) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках;
- Д) нет правильного ответа.

2. Монопосония, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке присутствуют:

- А) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;
- Б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;
- В) несколько крупных продавцов и несколько крупных покупателей;
- Г) один продавец и один покупатель;
- Д) нет правильного ответа.

3. В модели совершенной конкуренции для отдельного производителя возможно получение положительной экономической прибыли при условии, что

- А) выручка покрывает постоянные затраты производителя;
- Б) отрасль рассматривается в коротком периоде;
- В) отрасль рассматривается в долгосрочном периоде;
- Г) такая ситуация невозможна.

4. Коэффициент Бэйна выводится исходя из:

- А) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
- Б) показателя перекрестной эластичности спроса;
- В) соотношения экономической прибыли и собственного капитала;
- Г) показателя прямой эластичности спроса по цене и показателя ограниченности мощностей конкурентов;

Д) нет правильного ответа.

5. В модели Салопа увеличение барьеров входа и транспортных затрат приводит в долгосрочном плане к:

- А) росту числа фирм;
- Б) сокращению числа фирм;
- В) число фирм не изменится;
- Г) нет прямой связи.

6. Поглощения, в результате которых улучшается эффективность работы предприятия, называют:

- А) стяжательными поглощениями;
- Б) аллокативными поглощениями;
- В) управленческими поглощениями;
- Г) конгломератными поглощениями.

7. В модели Capital Assets Pricing Model показатель β_x отражает:

- А) норму доходности ценной бумаги;
- Б) норму доходности по безрисковым активам;
- В) риск инвестирования в ценную бумагу;

Г) среднюю рыночную доходность;

Д) нет правильного ответа.

8. В модели Форхаймера доминирующая фирма определяет:

А) какой объем продукции будет максимизировать ее прибыль;

Б) какая цена на продукцию будет максимизировать ее прибыль;

В) какой уровень рекламы будет максимизировать ее прибыль;

Г) какой уровень издержек будет максимизировать ее прибыль;

Д) какое количество конкурентных фирм будет присутствовать на рынке.

9. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем выпуска, при котором

А) предельные издержки равны цене продукта

Б) предельный доход равен предельным издержкам

В) предельные издержки равны общим издержкам

Г) средние издержки равны цене продукта

10. Если цены растут, а прочие условия неизменны, закон предложения проявляется

в

А) падении объема предложения

Б) росте предложения

В) росте объема предложения

Г) снижении предложения

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 15 баллов.

1. Теоретическое задание в случае полного правильного ответа – 10 баллов (каждый вопрос оценивается отдельно по 5 баллов); в случае определенных неточностей или неполного ответа – 1-4 балла; ответа нет – 0 баллов.

2. Каждый правильный ответ на тестовое задание – 0,5 балла. Всего 10 правильных ответов – 5баллов.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно следующим критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	20
	Самостоятельная работа	15
	Модульная контрольная работа	15
	Итого	50
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	30
	Самостоятельная работа	20
	Итого	50
Общий итог		100

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (вопросы лектору по теме лекционного материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач у доски и т.п.).

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС) максимально оценивается в 15 баллов по каждому содержательному модулю. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

**Оценивание СРС и ИРС
по дисциплине «Теория отраслевых рынков»**

№ п/п	Тема	СРС
Содержательный модуль 1. Теоретическая площадка оценки рыночных структур		
1	Введение в теорию отраслевых рынков	2
2	Показатели отраслевых рынков и анализ монопольного поведения фирмы на рынке	2
3	Монополия и проявление монопольной власти	2
4	Олигополия	2
5	Рынки неоднородных продуктов	2
	Подготовка реферата по одной из тем	5
<i>Итого по 1 содержательному модулю</i>		15
Содержательный модуль 2. Таргетирование и стратегирование поведения фирмы на рынке		
6	Некооперированные стратегии поведения фирм на рынке олигополии	4
7	Кооперированные (согласованные) стратегии поведения фирм на отраслевом рынке.	4
8	Роль рекламы в продуктовой дифференциации.	4
9	Проблема асимметричности информации о качестве продукции.	3
	Подготовка реферата по одной из тем	5
<i>Итого по 2 содержательному модулю</i>		20
<i>Всего по СРС</i>		35

Виды заданий по СРС

Содержательный модуль 1. Теоретическая площадка оценки рыночных структур											
Количество баллов	T1		T2		T3		T4		T5		Итого баллов
	Тесты	Задание	Тесты	Задание	Тесты	Задание	Тесты	Задание	Тесты	Задание	
max	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15

Содержательный модуль 2. Таргетирование и стратегирование поведения фирмы на рынке								Всего баллов по СРС
Количество баллов	Т7		Т8		Т9		Итого баллов	
	Тесты	Задание	Тесты	Задание	Тесты	Задание		
max	2	5	2	4	2	5	20	35

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	зачет
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лекционных и лабораторных занятий требуется аудитория на группу, оборудованная меловой или интерактивной доской, мультимедийным проектором и экраном, ноутбук, выход в Интернет, Wi-Fi доступ в корпусах университета, текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других библиотечных баз данных.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Теория отраслевых рынков», размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ГОУ ВПО «ДонНУ». С использованием ресурсов платформы дистанционного обучения также осуществляется текущий контроль знаний студентов на основе тестирования, размещения для проверки результатов самостоятельной работы.

15. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Дисциплина «Теория отраслевых рынков»			
№ п/п	Наименования основной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие электронной версии в ЭБС:
		«ДОННУ»	«ДОННУ»
1	Джуха В.М. Курицын А.В. Штапова И.С. Экономика отраслевых рынков – Р-н/Д.: Издательство «Феникс»,	1	

	2010. – 253 с.		
2	Джуха, В.М. Экономика отраслевых рынков [Текст] : учеб. пособие для обучающихся вузов / В. М. Джуха, А. В. Курицын, И. С. Штапова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2012. - 288 с. - (Для бакалавров). - 1500 экз. - ISBN 978-5-406-01926-9 : 300,00	1	
3	Анализ отраслевых рынков: Учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк; МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 442 с. - (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).	1	
4	Гильмундинов В.М. Экономика отраслевых рынков. В 2 ч. Ч. I: Учебное пособие. - Новосибирск: Издательство НГТУ, 2005. – 80 с.	1	
5	Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков / Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание, 2003. – 356 с.	1	
6	Касич С.П. Экономические приложения теории игр в задачах и упражнениях по курсу «Теория отраслевых рынков»: Учеб. пособие / Под ред. Гильмундинова В.М. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003. – 91 с.	1	
7	Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков. Учебное пособие – СПб.: изд-во СПбГПУ, 2008	1	
8	Нуреев Р.М. Курс микроэкономики – М.: Норма, 2010. – 576 с.	1	
9	Пахомова Н.В., Рихтер К.К. Экономика отраслевых рынков и политика государства : [учебник] / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер. - [М.] : Экономика, 2009. - 815 с. : рис., табл. - (Учебники экономического факультета СПбГУ). - Библиогр.: с. 799-815.	1	
10	Юсупова Г. Ф.. Теория отраслевых рынков. Практикум [Электронный ресурс] / М.:Высшая школа экономики, 2012. -280с. - 978-5-7598-0920-3 http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227298		+
	Наименований основной литературы 10	9 печатных экземпляров	1 электронный ресурс
№ п/п	Наименования дополнительной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке «ДОННУ»	Наличие электронной версии в ЭБС:
1	Авдашева, С.Б. Теория организации отраслевых рынков [Текст] : учеб. пособие / С. Б. Авдашева, Н. М. Розанова. - М. : Магистр, 1998. - 320 с. - 44,00	1	
2	Экономика отраслевых рынков [Текст] : метод. указания для обучающихся спец. 080103 "Нац. экономика" / Д. А. Михайлин ; Рост. гос. экон. ун-т "РИНХ", Фак. нац. и мировой экономики, Каф. регион. экономики и природопользования. - Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ "РИНХ", 2006. - 16 с. - 0,00.	1	
3	Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS, 1994, вып. 5	1	
4	Басовский Л.Е. Экономика отрасли. Учебное пособие	1	

	– М.: ИНФРА-М, 2009		
5	Бойцова Е.Ю., Корчагина З.А. Экономика отраслевых рынков: Учебно-методическое пособие. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 96 с.	1	
6	Бусыгин В.П., Желободько Е.В., Коковин С.Г., Цыплаков А.А. Микроэкономический анализ несовершенных рынков, ч. I. — Новосибирск, 2000.	1	
7	Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы. — М.: Норма, 2006.	1	
8	Долгопятова Т.Г. Российские предприятия в переходной экономике: экономические проблемы и поведение. — М.: Экономика, 1995.	1	
9	Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. — М., 1990.	1	
10	Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство. М.: Норма 2010.	1	
11	Коуз Р. Экономика организации отрасли: программа исследований / Фирма, рынок и право. — М.: Дело, 1993.	1	
12	Мэнкью Н. Грегори Принципы микроэкономики – СПб.: Питер, 2008.	1	
13	Найт Ф. Понятие рынка и неопределенности. // THESIS, 1994, вып. 5.	1	
14	Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков. Учебно-методическое пособие. — М.: ВШЭ, 2009.	1	
15	Тарануха Ю.В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах): Учебно-методическое пособие / Под общей ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009	1	
16	Теория фирмы / Под ред. В.М.Гальперина. — Спб.: Экономическая школа, 2007.	1	
17	Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. — СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996.	1	
18	Хмелевская Н. Г. Международные отраслевые организации. Учебное пособие — М.: ИНФРА-М, 2009.	1	
19	Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. — М., 1996.	1	
20	Тириоль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. В 2-х Т. — Спб.: Экономическая школа, 2000.	1	
21	Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности. В 2-х Т. — Спб. Экономическая школа. 1999.	1	
22	Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. — М.: Инфра-М, 1997.	1	
23	Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. — М: ТЭИС, 2000.	1	
	Наименований дополнительной литературы 23	23 печатных экземпляра	-

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. <http://economics.boom.ru/> – материалы по экономике отраслевых рынков.
2. <http://www.iet.ru/publication.php?jel-code=L&folder-id=44> – публикации сотрудников Института экономики переходного периода, посвященные организации отраслевых рынков.
3. www.beafnd.org – Фонд «Бюро экономического анализа» (г. Москва).
4. <http://gallery.economicus.ru> – материалы об экономистах и направлениях экономической теории.
5. <http://www.csr.ru/> – Центр стратегических разработок.
6. <http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации.
7. <http://www.ecsocman.edu.ru> – Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ – учебные материалы.
8. <http://www.forecast.ru> – Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (г. Москва).
9. <http://www.iet.ru> – Институт экономики переходного периода (г. Москва).
10. <http://www.libertarium.ru> – материалы по экономической теории.

17. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Paint.NET.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры «Менеджмент» в соответствии с основной образовательной программой и учебным планом направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного Ученым советом университета, протокол № ____ от «__» _____ 2021 г.

Протокол № ____ от «__» _____ 2021 г.

Зав. кафедрой

(подпись)

(ФИО)

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры «Менеджмент» в

соответствии с основной образовательной программой и учебным планом направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного Ученым советом университета, протокол № ____ от «__» ____ 2021 г.

Протокол № ____ от «__» ____ 2021 г.

Зав. кафедрой

(подпись)

(ФИО)