

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.09.2020 08:30:10
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Многофункциональная экономика и развитие территории»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.О.04.05 «Теория отраслевых рынков»

Направление подготовки:

38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль):

«Экономика и управление на предприятии»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Экономический анализ деятельности предприятия» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 954

Составители:

к.э.н.

(ученая степень, ученое звание)

Оруч Т.А.

(ФИО)

РПД обсуждена на заседании кафедры «Многофункциональная экономика и развитие территории»

«22» 10 2021 г., протокол № 2

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент

(уч.степень, уч.звание)

Скорниченко Н.Н.

(ФИО)

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета от 29.06.2021 Протокол № 16 (с изменениями от 27.10.2021 Протокол №4).

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

- формирование у обучающихся знаний, умений и навыков относительно экономики отраслевых рынков, которые они могут применить в своей будущей профессиональной деятельности;
- формирование у обучающихся профессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности аналитического, организационно-управленческого и расчетно-экономического типа.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач	ИОПК-1.1. Использует понятийный аппарат экономической науки, российские и зарубежные источники научных знаний и экономической информации для описания экономических и финансовых процессов ИОПК-1.2. Применяет общенаучные методы исследования экономической информации и теоретические модели при решении прикладных задач	Знает: - основные теоретические положения и ключевые концепции современной теории отраслевых рынков; - методы и принципы анализа рыночных структур; - способы воздействия на рыночные структуры; - основные виды государственной отраслевой политики и пути повышения ее эффективности; - инструментарий экономического анализа рыночных структур; - закономерности функционирования отраслей, рынков; - отечественный и зарубежный опыт в области изучения рыночных структур; - основные модели поведения предприятий в условиях различных рыночных структур Умеет: - характеризовать статику и динамику структуры отраслевых рынков; - исследовать многообразие типов рыночных структур и особенности поведения фирмы на каждом рынке; - исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию; - оценивать эффективность мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей; - использовать различные критерии для выделения границ рынка в зависимости от имеющихся статистических данных и целей исследования; - проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур; - оценивать уровень рыночных барьеров, препятствующих входу новых фирм в отрасль; - оценивать уровень рыночной концентрации в отрасли; - анализировать эффективность применения различных способов ценовой дискриминации Владеет: - навыками использования понятийного аппарата теории отраслевых рынков при решении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности; - навыками выявления проблем развития рыночных

		структур при анализе конкретных ситуаций и предлагает способы их решения
--	--	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04. Общепрофессиональный модуль).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **4 з.е. (144 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Общая трудоёмкость дисциплины, час	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	42 / 14
занятия лекционного типа (лекции)	20 / 6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	22 / 8
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	75 / 121
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	75 / 121
Контроль (часы на экзамен)	27 / 9
Промежуточная аттестация	Экзамен

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, очно-заочной, форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся (включая написание курсовой работы) и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельна я работа, час	
		Лекции, час	Практическ ие занятия, час		
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 1. Общие понятия теории отраслевых рынков <i>Основное содержание</i> 1. Сущность теории отраслевых рынков. Подходы к изучению организации отраслевых рынков. 2. Субъекты отраслевого рынка. 3. Основные проблемы теории отраслевых рынков.	1 / -			Собеседование. Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 1. Общие понятия теории отраслевых рынков		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			8 / 12	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 2. Структура отраслевого рынка <i>Основное содержание</i> 1. Подходы к определению границ отраслевого рынка. 2. Структура рынка и типы рыночных структур. 3. Количественные показатели структуры рынка.	2 / 1			Собеседование. Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 2. Структура отраслевого рынка		2 / 2		

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельна я работа, час	
		Лекции, час	Практическ ие занятия, час		
	Самостоятельная работа.			8 / 12	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 3. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке <i>Основное содержание</i> 1. Природа и определение рыночных барьеров. 2. Виды барьеров входа-выхода. 3. Показатели оценки рыночных барьеров.	2 / 0,5			Собеседование. Доклад/ сообщение Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 3. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке		2 / 1		
	Самостоятельная работа.			6 / 10	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 4. Поглощения и слияния предприятий <i>Основное содержание</i> 1. Понятия и классификация основных типов слияния и поглощения предприятий. 2. Основные мотивы слияния и поглощений предприятий. 3. Последствия интеграции предприятия.	2 / 0,5			Собеседование. Доклад/ сообщение Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 4. Поглощения и слияния предприятий		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			6 / 10	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 5. Взаимодействие на олигополистическом рынке <i>Основное содержание</i> 1. Общая характеристика отраслевой олигополии. 2. Олигополистическое взаимодействие. 3. Олигополистическое ценообразование. 4. Количественные модели олигополистического взаимодействия.	2 / 0,5			Собеседование. Разноуровневые задания. Тест
	Практическое занятие № 5. Взаимодействие на олигополистическом рынке		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			8 / 12	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 6. Монополия и ее значение на отраслевом рынке <i>Основное содержание</i> 1. Понятие и виды монополии. Источники монополий. 2. Барьеры, защищающие монопольный рынок 3. Ценообразование и максимизация прибыли в условиях монополии. Последствия монопольной власти.	2 / 0,5			Собеседование. Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 6. Монополия и ее значение на отраслевом рынке		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			8 / 12	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 7. Ценовая дискриминация <i>Основное содержание</i> 1. Природа и типы ценовой	4 / 0,5			Собеседование. Разноуровневые задания.

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельна я работа, час	
		Лекции, час	Практическ ие занятия, час		
	дискриминации. 2. Последствия применения ценовой дискриминации.				
	Практическое занятие № 7. Ценовая дискриминация		2 / 1		
	Самостоятельная работа.			6 / 10	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 8. Ценовая политика доминирующего предприятия на рынке <i>Основное содержание</i> 1. Характеристика отраслевого рынка с доминирующим предприятием. 2. Рыночная власть предприятия на отраслевом рынке. Показатели рыночной власти. 3. Ценовая политика доминирующего предприятия.	2 / 0,5			Собеседование. Доклад/ сообщение Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 8. Ценовая политика доминирующего предприятия на рынке		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			5 / 10	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 9. Продуктовая дифференциация на рынке <i>Основное содержание</i> 1. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Виды продуктовой дифференциации. 2. Модели горизонтальной и вертикальной продуктовой дифференциации. 3. Технологические изменения, патенты и инновации.	2 / 1			Собеседование. Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 9. Продуктовая дифференциация на рынке		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			6 / 10	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 10. Концентрация производства в отрасли <i>Основное содержание</i> 1. Экономическое содержание концентрации производства в отрасли. 2. Формы концентрации производства в отрасли. 3. Оценка эффективности процессов концентрации.	2 / 1			Собеседование. Разноуровневые задания.
	Практическое занятие № 10. Концентрация производства в отрасли		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			6 / 11	
ОПК-1 (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2)	Тема 11. Политика государства в отношении рыночных структур <i>Основное содержание</i> 1. Государственная отраслевая политика. 2. Антимонопольная политика государства.	1 / -			Собеседование. Доклад/ сообщение Разноуровневые задания. Тест

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельна я работа, час	
		Лекции, час	Практическ ие занятия, час		
	Практическое занятие № 11 Политика государства в отношении рыночных структур		2 / 0,5		
	Самостоятельная работа.			8 / 12	
	ИТОГО	20 / 6	22 / 8	75/121	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной и очно-заочной форм обучения

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов **образовательных технологий**:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- информационные технологии: Google-документы, анализ данных Excel.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, в том числе написания курсовой работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;

- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает выполнение разноуровневых заданий и задач при изучении тем 1-11.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Подготовку рефератов, докладов и сообщений.
3. Работу с ресурсами Интернет (Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>).

4. Подготовку к тестированию по темам курса.

5. Изучение практических материалов деятельности предприятий различных отраслей.

6. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу «Теория отраслевых рынков».

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Поздняков, В. Я. Экономика отрасли : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 38.03.01 "Экономика" / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. - Изд. испр. - Документ Bookread2. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 281 с. : ил. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://new.znanium.com/read?id=356043> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-009566-0. - 978-5-16-100805-8. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

2. Басовский, Л. Е. Экономика отрасли : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 44.03.04 "Проф. обучение" (квалификация (степень) "бакалавр") / Л. Е. Басовский. - Документ Bookread2. - Москва : Инфра-М, 2018. - 145 с. : ил. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/read?id=302930> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-003464-5. - 978-5-16-102335-8. - Текст : электронный.

3. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков : учеб. пособие для академ. бакалавриата по экон. направлениям и специальностям. Т. 1 / Н. М. Розанова ; Высш. шк. экономики. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮРАЙТ, 2015. - 411 с. : табл. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-4930-8(т.1). - 978-5-9916-4929-2 : 688-50. - Текст : непосредственный.

4. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков : учеб. пособие для академ. бакалавриата по экон. направлениям и специальностям. Т. 2 / Н. М. Розанова ; Высш. шк. экономики. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮРАЙТ, 2015. - 387 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-4931-5(т.2). - 978-5-9916-4929-2 : 688-50. - Текст : непосредственный.

5. Шай, О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение : [учебник] / О. Шай ; пер. с англ. Н. В. Шиловой, под науч. ред. М. И. Левина. - Москва : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2014. - 503 с. - (Переводные учебники ВШЭ). - Предм. указ. - ISBN 978-5-7598-0555-7 : 440-00. - Текст : непосредственный.

6. Юсупова, Г. Ф. Теория отраслевых рынков. Практикум : учеб. пособие / Г. Ф. Юсупова ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - Москва : Высш. шк. экономики, 2012. - 276 с. : ил. - ISBN 978-5-7598-0920-3 : 189-20. - Текст : непосредственный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 03.12.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. ГАРАНТ.RU : информ. – правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 03.12.2021). - Текст : электронный.

3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 03.12.2021). - Текст : электронный.
4. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.
5. Федеральная служба государственной статистики : сайт. - Москва, 1999 - . - URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 03.12.2021). - Текст: электронный.
6. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 03.12.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 03.12.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
8. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 03.12.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную

информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл
Экзамен	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3
			70-85,9	«хорошо» / 4
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Активная работа на практическом занятии (собеседование)	11	2	22
Подготовка доклада, сообщения	4	5	20
Решение разноуровневых заданий и задач	11	3	33
Тестирование по темам курса	2	12,5	25
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Разноуровневые практические задания

Практическое занятие №1. Общие понятия теории отраслевых рынков

Задание 1.

По данным статистической отчетности определите структуру сельского хозяйства Самарской области за 2019-2021 гг. По полученным результатам сделайте вывод относительно динамики развития сельского хозяйства в регионе.

Основные показатели развития сельского хозяйства Самарской области за 2019-2021 гг.

Показатели	2019		2020		2021	
	млн. руб.	в % к общему объему	млн. руб.	в % к общему объему	млн. руб.	в % к общему объему
Хозяйства всех категорий						
Продукция сельского хозяйства	67739,3	100	75793,0	100	87658,0	100
в том числе:						
растениеводства	42526,4		45979,0		51837,6	
животноводства	25212,9		29814,0		35820,4	
Сельскохозяйственные организации						
Продукция сельского хозяйства	26453,5	100	29866,2	100	35644,6	100
в том числе:						
растениеводства	18448,1		20778,3		24848,1	
животноводства	8005,4		9087,9		10796,5	
Хозяйства населения						
Продукция сельского хозяйства	34961,9	100	37987,9	100	42422,1	100
в том числе:						
растениеводства	19314,5		19563,3		20383,6	
животноводства	15647,4		18424,6		22038,5	
Крестьянские (фермерские) хозяйства						
Продукция сельского хозяйства	6323,9	100	7938,9	100	9591,3	100
в том числе:						
растениеводства	4763,7		5637,4		6605,8	
животноводства	1560,2		2301,5		2985,5	

Задание 2.

По данным статистической отчетности определите структуру промышленного производства Самарской области за 2019-2021 гг. По полученным результатам сделайте вывод относительно динамики развития промышленного производства региона.

Основные показатели промышленного производства Самарской области за 2019-2021 гг.

№	Показатели	2019		2020		2021	
		млн. руб.	в % к общему объему	млн. руб.	в % к общему объему	млн. руб.	в % к общему объему
1	Добыча полезных ископаемых в том числе:	186505,5	100	205669,1	100	241848,0	100
1.1	добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	184385,7		203367,1		239871,5	
1.2	добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	2119,8		2302,0		1976,5	
2	Обрабатывающие производства из них:	780878,7	100	833356,7	100	868213,1	100
2.1	производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	76190,1		82374,8		91175,8	
2.2	текстильное и швейное производство	2719,4		2738,9		3197,8	
2.3	производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	299,3		183,7		179,9	
2.4	обработка древесины и производство изделий из дерева	1387,4		954,3		728,7	
2.5	целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность	4847,4		3071,2		4153,1	
2.6	производство кокса и нефтепродуктов	56089,6		64166,6		66311,9	
2.7	химическое производство	134676,6		148100,9		170018,5	
2.8	производство резиновых и пластмассовых изделий	30647,5		30057,0		32039,2	
2.9	производство прочих неметаллических минеральных продуктов	23051,8		26396,1		22797,5	
2.10	металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	65661,2		69317,0		78845,9	
2.11	производство машин и оборудования	34766,8		33452,0		32260,1	
2.12	производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	49709,3		51096,5		53289,9	
2.13	производство транспортных средств и оборудования	277168,9		294548,2		284199,5	
2.14	прочие производства	19614,1		21823,5		23710,2	
3	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды в том числе:	115666,4	100	122985,4	100	114505,9	100
3.1	производство, передача и распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды	109835,1		117022,6		108141,0	
	ИТОГО (стр.1 + стр.2 + стр.3)		100		100		100

Задание 3.

По данным статистической отчетности определите структуру сферы обслуживания Самарской области за 2019-2021 гг. По полученным результатам сделайте вывод относительно динамики развития сферы обслуживания региона.

Основные показатели сферы обслуживания Самарской области за 2019-2021 гг.

Показатели	2019		2020		2021	
	млн. руб.	в % к общему объему	млн. руб.	в % к общему объему	млн. руб.	в % к общему объему
Платные услуги	135873,6	100	144819,5	100	152110,9	100
в том числе:						
бытовые	12443,9		13137,1		13456,8	
транспортные	15288,6		14567,4		15017,5	
связи	22699,8		23436,8		23826,3	
жилищные	10799,5		12023,0		14373,0	
коммунальные	35634,6		40468,8		42455,7	
культуры	1704,9		1809,0		1931,7	
туристские	1832,6		1608,7		1819,4	
гостиниц и аналогичных средств размещения	1256,7		1280,2		1371,8	
физической культуры и спорта	950,4		1065,9		1192,4	
медицинские	8601,3		9696,5		10440,3	
санаторно-оздоровительные	1448,0		1509,8		1630,7	
ветеринарные	312,6		382,0		425,1	
правового характера	1279,4		1086,9		1332,0	
системы образования	14892,9		15308,3		15496,9	
социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам	82,6		91,1		120,7	
прочие виды платных услуг	6645,8		7348,0		7220,6	

Практическое занятие №2. Структура отраслевого рынка**Задание 1.**

В таблице отметьте галочкой варианты, характеризующие соответствующие модели рынков.

Характеристика	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Кривая спроса имеет «нисходящий» характер				
Предприятия производят дифференци- рованный продукт				
Предприятия поддерживают жесткую ценовую политику				
Предприятия не воздействуют на рыночные цены товаров				
Цена товара регулируется государством				
Прибыль предприятия максимальная, когда предельные издержки равны предельным доходам				
Кривые спроса и предельных доходов совпадают				
Кривые спроса предприятия и отрасли совпадают				
Интенсивно используется реклама				
Относительно много небольших предприятий				

Задание 2.

Оцените степень безопасности рынка для поддержания нормальной конкуренции, если на рынке конкретного товара функционирует 8 предприятий, причем за анализируемый период отмечаются следующие показатели их деятельности: первое предприятие реализовало продукции на сумму 100 условных единиц (у.ед.); второе – на сумму 50 у.ед., третье – на сумму 80 у.ед., четвертое – на сумму 250 у.ед., пятое – на сумму 180 у.ед., шестое – на сумму 130 у.ед., седьмое – на сумму 100 у.ед., восьмое – на сумму 250 у.ед. Для решения задачи выполните следующие задания:

- 1) определите доли каждого предприятия на данном рынке;
- 2) оцените долю самого крупного предприятия на рынке, сделайте выводы;
- 3) рассчитайте индексы концентрации для 2-х, 3-х, и 4-х предприятий, сделайте выводы;

- 4) рассчитайте индекс Линда для 2-х, 3-х и 4-х крупнейших предприятий, сделайте выводы;
- 5) определите индекс Херфиндаля-Хиршмана;
- 6) на основе расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана определите возможность слияния первого и третьего предприятий; четвертого и пятого предприятий;
- 7) оцените возможность увеличения доли рынка четвертой компании до 25% на основе расчета индекса Линда для трех фирм. Возможно ли увеличение доли восьмой компании до 40%? Пятой компании до 30%?

Задание 3.

На рынке действует 8 фирм. Объем их продаж представлен следующим образом (в млрд.руб.):

Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8
Объем продаж	100	90	80	130	70	60	110	50

Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана. Определите рыночную структуру отрасли.

Задание 4.

Известно, что распределение рыночных долей в отрасли выглядит следующим образом:

Фирма	Доля в общем объеме продаж
1	40
2	30
3	20
4	10

- 1) Определите показатель дисперсии рыночных долей.
- 2) Определите индекс Херфиндаля-Хиршмана, сделайте вывод об уровне концентрации в отрасли.
- 3) Определите среднеотраслевой индекс Лернера, если известно, что ценообразование несогласованное, а при снижении цены на 4% общий объем продаж вырос на 12%.

Задание 5.

Национальный Банк обратился к Региональному Баку с вопросом о слиянии. Приводимая ниже таблица показывает 9 крупнейших по объему продаж банков региона. Используя эту информацию, рассчитайте уровень концентрации С4 и Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Основываясь на российском антимонопольном законодательстве, определите будет ли антимонопольный комитет блокировать предполагаемой слияние?

Название банка	Объем продаж (млрд. руб.)
Мегабанк	900
Городской Банк	850
Национальный Банк	735
Аграрный Банк	555
Региональный сберегательный банк	345
Метрополитен	340
Российский Банк	265
Региональный Банк	120
Промышленный банк	90

Задание 6.

Определить изменения в деловой активности и концентрацию предприятий на отраслевом рынке. Рассчитать доли рынка, индекс концентрации (по трем предприятиям) и индекс Херфиндаля-Хиршмана по предприятиям отрасли. Сделайте выводы.

Предприятия	Объемы выручки, млн.руб.		Доли рынка, %		
	Прошлый год	Отчётный год	Прошлый год	Отчётный год	Отклонения
Сибирь-газ	2000	1700			
Север-нефть	3400	3100			
Сургут-ойл	8900	7600			
Югра-продукт	5300	5100			
Юг-газ	1500	1900			
Восток-нефть	2300	3100			
Запад-ойл	4500	4300			
Центр-газ	2400	2100			
Интер-нефть	1345	456			
Обь-нефтегаз	4900	4800			
Итого по отрасли	36545	34156	100,00	100,00	

Задание 7.

Рассмотрим две отрасли, в каждой из которых по 10 фирм. В отрасли *A* рыночная доля самой крупной фирмы равна 49%. Рыночные доли следующих трех фирм составляют по 7%, а оставшиеся шесть фирм имеют равные доли 5%. В отрасли *B* доля каждой из четырех крупнейших фирм составляет 19%. Доля следующей по величине фирмы насчитывает 14%, а пять самых мелких фирм поровну разделили оставшиеся 10% рынка.

Ответьте на вопросы:

1) рассчитайте уровень концентрации (CR4) и коэффициент ННІ для каждой отрасли. Сравните эти показатели по отраслям. Структура какой отрасли более конкурентна? Какой показатель, по вашему мнению, отражает это лучше и почему?

2) допустим, что три вторые по величине фирмы в отрасли *A* объединили свои операции, сохранив за собой долю рынка в 21%. Пересчитайте ННІ для отрасли *A*. Как изменится уровень концентрации в отрасли? Допустит ли антимонопольный орган это слияние?

Практическое занятие №3. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке

Задание 1.

На основании приведенных данных определите норму входа фирм на рынок и норму выхода:

Годы	2018	2019	2020	2021
Общее количество фирм (на начало года)	13			
Количество вошедших фирм	2	3	3	1
Количество вышедших фирм	1	2	2	1

Задание 2.

В течение года на рынке возникло 3 новых фирмы и прекратили свое существование 5 фирм. Общее количество действующих фирм на конец года – 12, которые произвели продукцию на сумму 20 млн. руб., в том числе вновь образовавшиеся фирмы – на сумму 1 млн. руб. Определите норму входа на рынок, норму проникновения новых фирм на рынок, норму выхода. Сделайте выводы.

Задание 3.

Оценить барьеры входа на отраслевой рынок и сделать выводы.

Показатели	2019	2020	2021
Количество вошедших фирм, единиц	11	17	23
Количество фирм, действовавших на начало года	90	130	140
Общее количество фирм, действовавших на рынке в течение года			
Выручка от реализации продукции вошедших фирм, млн.руб.	2000	3900	4400
Выручка от реализации продукции фирм, действовавших на начало года	37000	61000	61900

Выручка от реализации продукции фирм, действовавших на рынке в течение года			
Норма входа, %			
Норма проникновения, %			

Задание 4.

На примере рынка услуг сотовой связи рассмотрите все барьеры входа на рынок и оцените по 10 балльной шкале, насколько значим или незначим данный барьер. Проанализируйте ситуацию и приведите подтверждающую ваш вывод информацию. За минимальный уровень барьера принять 1, за максимальный –10.

Рыночные барьеры	Описание барьера применительно к анализируемому рынку	Оценка (от 1 до 10 баллов)
<i>Нестратегические барьеры:</i>		
1) Емкость рынка или ограничение спроса		
2) Объем капитальных затрат или объем первоначальных инвестиций, которые необходимы для организации производства в отрасли		
3) Абсолютное преимущество в издержках		
4) Относительные преимущества в издержках		
5) Административные барьеры		
6) Состояние инфраструктуры рынка		
7) Качество товара, репутация фирмы		
8) Криминальные барьеры		
<i>Стратегические барьеры:</i>		
1) Ценообразование, ограничивающее вход		
2) Дополнительные инвестиции в оборудование или наличие избыточных мощностей		
3) Продуктовая дифференциация		
4) Долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями		
5) Репутация жесткого конкурента		

Практическое занятие №4. Поглощения и слияния предприятий

Задание 1.

Заполнить таблицу, отражающую структуру основных мотивов слияний/поглощений компаний.

Структура основных мотивов слияний/поглощений компаний

Уменьшение оттока ресурсов	Нейтральные мотивы	Увеличение притока ресурсов

Задание 2.

Заполните таблицы из задания, в которых представлены методы защиты от поглощения до и после публичного объявления об этой сделке.

Основные приемы защиты компании от поглощения до публичного объявления об этой сделке

Вид защиты	Краткая характеристика вида защиты
Внесение изменений в устав корпорации («противоакулы» поправки к уставу)	
Изменение места регистрации корпорации	
«Ядовитая пилюля»	
Выпуск акций с более высокими правами голоса	
Выкуп с использованием заемных средств	

Основные приемы защиты компании от поглощения после публичного объявления об этой сделке

Вид защиты	Краткая характеристика вида защиты
Защита Пэкмена	
Тяжба	
Слияние с «белым рыцарем»	
«Зеленая броня»	
Заключение контрактов на управление	
Реструктуризация активов	
Реструктуризация обязательств	

Практическое занятие №5. Взаимодействие на олигополистическом рынке

Задание 1.

В таблице представлены данные о реализации угля крупнейшими угольными компаниями России. Какова степень концентрации на рынке? Какой тип рыночной структуры характерен для этого рынка?

Компания	Объем реализации, млрд. руб.
АО «СУЭК»	483
ОАО «УК «Кузбассразрезуголь»	127
АО «Стройсервис»	78
АО «Сибирский антрацит»	44
ОАО «Кузбасская топливная компания»	39
ООО «Сибуглемет»	39
ОАО «Русский уголь»	27
ООО «Ресурс»	27
ООО «Разрез Восточный»	26
ИТОГО	

Задание 2.

В настоящее время большую часть рынка телерекламы в России контролируют два крупных игрока: «Видеоинтернэшнл» и «НТВ Медиа». «Видеоинтернэшнл» является крупнейшим участником рынка. Данная компания занимается производством телевизионных программ, изготовлением рекламных роликов, размещением рекламы на телевидении и т.д. Основу бизнеса составляет продажа рекламного времени центральных телеканалов — Первый, Россия, СТС, Спорт, ДТВ, Домашний, МУЗ ТВ. Доля «Видеоинтернэшнл» на рынке составляет более 70%. Что касается «НТВ Медиа», то данная компания занимает второе место по объему продаж на российском рекламном рынке в целом и контролирует более 25% рынка телевизионной рекламы России. Партнерами «НТВ Медиа» являются такие телеканалы как НТВ, ТНТ, РЕН-ТВ, ТВЦ, 7ТВ и другие. Индекс концентрации двух крупнейших продавцов рынка равен: $CR2 \approx 98\%$, индекс Херфиндала-Хиршмана составляет: $HHI \approx 5774$.

О какой структуре рынка идет здесь речь? Это рынок — с доминирующей фирмой или жесткая олигополия?

Практическое занятие №6. Монополия и ее значение на отраслевом рынке

Задание 1.

В городе X фирма-монополист «Neo» решила установить кабельное телевидение. Стоимость комплекса аппаратуры, который полностью изнашивается в течение пяти лет эксплуатации, составляет 1 млн. руб. Этот комплекс может обеспечивать передачами 5 тыс. квартир. Для обслуживания комплекса требуются пять человек, которые согласны получать по 10 тыс. руб. в месяц. Текущие расходы, необходимые для функционирования комплекса, составляют 20 тыс. руб. в месяц. Фирма «Neo» при этих условиях будет уплачивать фиксированные налоги в сумме 500 тыс. руб. в год плюс налог на прибыль.

Ответьте на вопросы:

1) При какой минимальной ежегодной абонентской плате будет возможно нормальное функционирование комплекса при его полной загрузке, с тем чтобы покрыть затраты и уплатить налоги?

2) При какой абонентской плате (при условии полной загрузки комплекса) фирме «Нео» будет экономически выгодно вкладывать деньги в кабельное телевидение, если банк выплачивает 20% годовых по депозитному вкладу сроком на пять лет?

3) При какой абонентской плате (при условии полной загрузки комплекса) фирме «Нео» будет экономически выгодно вкладывать деньги в кабельное телевидение, если для того, чтобы начать это дело, фирма должна будет взять в банке кредит в размере 1 млн. руб. сроком на один год под 30% годовых?

4) Какова будет чистая экономическая прибыль (до уплаты налога на прибыль) фирмы «Нео» (при условии полной загрузки комплекса), если она установит абонентскую плату 500 руб. в год?

5) Пусть из 5000 семей, проживающих в квартале, 500 семей могут позволить себе расходовать на кабельное телевидение 800 руб./год, 500 — 750 руб./год, 500 — 700 руб./год, 500 — 650 руб./год, 500 — 600 руб./год, 500 — 550 руб./год, 500 — 500 руб./год, 500 — 450 руб./год, 500 — 400 руб./год и 500 — 350 руб./год. Постройте кривую совокупного спроса на услуги кабельного телевидения в этом квартале. Определите ценовую эластичность спроса.

6) Определите цену, при которой фирма «Нео» получит максимальную прибыль. Сколько семей при этих условиях будут пользоваться услугами кабельного телевидения?

7) Как повлияет на кривую совокупного спроса на услуги кабельного телевидения появление других бесплатных российских каналов, транслирующих художественные фильмы и спортивные программы? Что произойдет с ценами, которые устанавливает фирма «Нео»? Как это повлияет на удовлетворение потребности жителей города в услугах телевидения?

Практическое занятие №7. Ценовая дискриминация

Задание 1.

В городе N есть 100 посетителей ночного клуба, функция спроса каждого из которых равна: $Q_i = 10 - 0,01P$. Предельные издержки на одно посещение одного посетителя равны 200 руб. Какую плату за вход назначит владелец ночного клуба?

Задание 2.

Московское метро ввело систему скидок для студентов. Функция спроса для студентов описывается как $D = 1000 - 2P$, а обычных граждан как $D = 1000 - P$. Цена месячного проездного для студентов равна 100 р., а для граждан 300 руб.

Ответьте на вопросы:

1) чему равны издержки метрополитена?

2) какой объем поездок характерен для каждого спроса?

Задание 3.

Спрос на услуги аттракционов описан функциями $Q_1 = 24 - P_1$ для взрослых и $Q_2 = 24 - 2P_2$ для детей, где Q — количество билетов в млн. штук. Предельные издержки на услуги аттракционов неизменны и равны 6. Определите цены билетов, если: 1) администрация парка установит единую цену на билеты; 2) администрация парка установит различные цены на билеты для взрослых и детей.

Задание 4.

Определите величину выручки при реализации 250 изделий по простому и блочному тарифу и соблюдении следующих условий: до 100 изделий по цене 5 руб. до 200 изделий по цене 4 руб. до 300 изделий по цене 3 руб.

Задание 5.

Спортивный клуб одновременно может оказывать услуги 300 посетителям. Руководство клуба обратило внимание на то, что в пиковые периоды имеют место факты понижения уровня предоставляемых услуг. Принимается решение о повышении вступительных взносов на 15% и текущих на 10%. Имеет ли здесь место:

- первая степень ценовой дискриминации или совершенная дискриминация
- вторая степень ценовой дискриминации
- эффект странных цифр
- политика двойного тарифа
- нет явления ценовой дискриминации

Задание 6.

Кабельная телевизионная компания предлагает две услуги. Первая из них – базовый канал, а другая – канал фильмов про природу. Потенциальные пользователи – студенты, семьи, гостиницы, школы, работающая молодежь и пенсионеры – рассматривают эти услуги как отдельные альтернативы, а не как комплементарные блага (несколько товаров, которые дополняют друг друга и потребляются одновременно). Следовательно, функции спроса на обе услуги независимы для каждого потребителя. Каждый покупатель характеризуется парой отправных цен, приведенных в таблице.

Тип потребителя	Базовый канал, руб.	Канал фильмов про природу, руб.
Студенты	50	150
Семьи	100	90
Гостиницы	140	60
Школы	40	160
Молодежь	0	170
Пенсионеры	170	0

Предельные издержки каждой услуги равны 10 руб. Предположим, что количество потребителей всех категорий одинаково.

1. Допустим, услуги продаются отдельно и не объединены в пакет. Какую цену должен установить оператор на каждую из услуг? Сколько составит его прибыль? Какую услугу приобретут потребители каждой категории?

2. Предположим, оператор решил применить стратегию пакета услуг. Какая цена будет установлена за пакет услуг? По какой цене каждая услуга будет покупаться отдельно? Какой возможностью воспользуются разные категории потребителей? Какой будет прибыль кабельного оператора?

3. Как изменится ваш ответ на первые два вопроса, если предельные издержки производства каждой услуги составят 100 руб. вместо 10?

Задание 7.

Фирма, действующая на рынке, может выбрать одну из трех стратегий ценообразования:

1) Назначать набор тарифов из двух частей, который удовлетворял бы следующим условиям: покупатели с меньшим спросом платили бы более низкий первоначальный взнос, но более высокую цену за дополнительную единицу товара, при этом покупателям с большим спросом было бы невыгодно пользоваться тарифом для группы с низким спросом.

2) Назначать единый тариф, когда первоначальный взнос равен величине совокупного выигрыша покупателя группы с меньшим спросом, а цена дополнительной единицы продукции — предельным издержкам. В этом случае покупатели с большим спросом выигрывают от существования группы с меньшим спросом, их чистый выигрыш (совокупная полезность минус расходы на товар) ненулевой.

3) Назначать единый тариф, при котором первоначальный взнос равен величине совокупного выигрыша покупателя из группы с большим спросом, а предельная цена — предельным издержкам. В этом случае покупатели с меньшим спросом не будут приобретать товар вообще.

Ответьте на вопросы:

- 1) на каких рынках фирме выгодно использовать каждый вид тарифа;
- 2) какую политику по отношению к этим ценовым стратегиям должен проводить антимонопольный орган?

Задание 8.

Фирма, действующая на рынке, может выбрать одну из трех стратегий ценообразования:

1) назначать набор тарифов из двух частей, который удовлетворял бы следующим условиям: покупатели с меньшим спросом платили бы более низкий первоначальный взнос, но более высокую цену за дополнительную единицу товара, при этом покупателям с большим спросом было бы невыгодно пользоваться тарифом для группы с низким спросом;

2) назначать единый тариф, когда первоначальный взнос равен величине совокупного выигрыша покупателя группы с меньшим спросом, а цена дополнительной единицы продукции — предельным издержкам. В этом случае покупатели с большим спросом выигрывают от существования группы с меньшим спросом, их чистый выигрыш (совокупная полезность минус расходы на товар) ненулевой;

3) назначать единый тариф, при котором первоначальный взнос равен величине совокупного выигрыша покупателя из группы с большим спросом, а предельная цена — предельным издержкам. В этом случае покупатели с меньшим спросом не будут приобретать товар вообще.

Ответьте на вопросы:

- 1) на каких рынках фирме выгодно использовать каждый вид тарифа;
- 2) какую политику по отношению к этим ценовым стратегиям должен проводить антимонопольный орган?

Задание 9.

Преимуществом ценовой дискриминации второй степени часто называют доступность товаров или услуг для той категории потребителей, которая не смогла бы их приобрести по более высокой цене. Например, театральные билеты часто сильно падают в цене в день спектакля, а билеты на самолет со значительными ограничениями продаются задолго до рейса.

Ответьте на вопросы:

- 1) являются ли эти схемы ценообразования более справедливыми и эффективными, чем монополия с единой ценой;
- 2) кому вредит, а кому приносит пользу ценовая дискриминация второй степени;
- 3) являются ли эти схемы более эффективными, чем конкурентное ценообразование?

Практическое занятие №8. Ценовая политика доминирующего предприятия на рынке

Задание 1.

На многих рынках действует не монополия, а доминирующая фирма, поведение которой может быть и схожим, и отличным от того, что выбирает фирма-монополист. В практических интересах регулирования и проведения адекватной политики поддержки конкуренции государство законодательным образом определяет минимальную долю рынка, при которой начинается доминирование какой либо фирмы. В таблице ниже рассмотреть критерии доминирования для различных стран.

Критерии выделения доминирующего положения на продуктовых рынках различных стран мира

Страна	Критерии доминирования предприятия на рынке
Германия	
Франция	
США	
Великобритания	
Япония	

Швеция	
Испания	
Португалия	
Россия	

Чем можно объяснить такое различие в подходах к доминированию?

Задание 2.

Определите коэффициент Бейна, если прибыль одной фирмы составляет 10000 у.е. в год, собственный капитал – 800000 у.е., прибыль другой фирмы составляет 15000 у.е., собственный капитал – 750000 у.е. Средняя рентабельность собственного капитала по отрасли составляет 1,8%. У какой из фирм больше монопольная власть на данном рынке?

Задание 3.

Авиакомпания имеет предельные издержки $MC = 200$ долл., а цена на ее продукцию составляет 300 долл. Каким будет индекс Лернера и повышательный фактор (наценка)? Как можно использовать эти показатели для определения уровня монопольной власти?

Задание 4.

Объем продаж фирмы – 1 млн. у.е., индекс Лернера составляет 0,65, а предельные издержки – 35 у.е.

- Какую цену фирма назначит своим потребителям?
- Каким будет повышательный фактор для цены по отношению к предельным издержкам?
- Как вы думаете, есть у фирмы рыночная власть? Объясните.

Задание 5.

Определите с помощью расчета коэффициента Тобина, какая из фирм имеет монопольную власть: рыночная стоимость активов первой фирмы равна 2 млн. руб., их восстановительная стоимость 2,5 млн. руб., рыночная стоимость активов второй фирмы равна 1,5 млн. руб., их восстановительная стоимость – 2,1 млн. руб.

Задание 6.

Эластичность спроса на продукцию отрасли авиаперевозок составляет -3, а эластичность спроса на индивидуальные почтовые авиаперевозки -4. Рассчитайте индекс Ротшильда для этой отрасли.

Справочная информация:

Индекс Ротшильда – измеряет эластичность спроса на продукт отрасли относительно эластичности спроса на продукт фирмы. С его помощью определяется чувствительность цены продуктовой группы, как целого, относительно объема спроса единичной фирмы при изменении ее цены. Он определяется следующим образом:

$$R = Et / Ef,$$

где Et – эластичность спроса всего рынка, а Ef – эластичность спроса на продукт индивидуальной фирмы.

Индекс Ротшильда может принимать значение от 1 до 0. Когда он равен 1, кривая спроса отдельной фирмы встречается с рыночной кривой спроса, и имеет такую же чувствительность к цене. И наоборот, когда эластичность спроса на продукт отдельной фирмы больше (по абсолютному показателю), чем эластичность рыночного спроса, индекс Ротшильда равен 0. В этом случае объем спроса на продукт отдельной фирмы более чувствителен к росту цены, чем рыночный спрос в целом. Другими словами, когда индекс Ротшильда меньше 1, то 10-процентное увеличение в цене какой-либо фирмы сократит спрос на продукцию этой фирмы в большей степени, чем сократился бы спрос на продукцию всей отрасли, в случае, если бы фирмы всей отрасли повысили свои цены на 10 процентов. Когда отрасль состоит из большого числа фирм, каждая из которых производит одинаковый продукт, индекс Ротшильда будет стремиться к 0.

Практическое занятие №9. Продуктовая дифференциация на рынке

Задание 1.

Таблица показывает степень продуктовой дифференциации в некоторых отраслях промышленности.

Продуктовая дифференциация по отраслям промышленности

Продуктовая категория	Число новых брендов за год
Безалкогольные напитки	70
Алкогольные напитки	49
Корма для животных	39
Мука	38
Замороженные продукты	30
Конфеты	27
Консервированные фрукты	26
Табачные изделия	23
Консервированные супы	20

Есть ли в этих отраслях барьеры входа? Приведите аргументы в поддержку вашей точки зрения.

Задание 2.

Вы менеджер вновь открытого магазина ABC, а вашим конкурентом является только магазин X. Перед менеджерами обоих магазинов стоит 1 важная задача — решить, следует ли специализироваться или делать набор товаров разнообразным. Пусть существуют три категории, которые каждый из вас может выбрать: малое разнообразие, среднее разнообразие и большое разнообразие товаров в магазине. Ожидаемые поступления для каждого случая представлены в таблице:

	Стратегии разнообразия	Магазин X		
		малое	среднее	большое
Магазин ABC	малое	100; 100	150; 200	200; 300
	среднее	200; 75	125; 150	225; 195
	большое	300; 200	100; 225	150; 250

Какой будет ситуация на рынке, если: 1) конкуренты одновременно принимают свои решения; 2) первой решение принимает ваша фирма; 3) первым решение принимает ваш конкурент?

Практическое занятие №10. Концентрация производства в отрасли

Задание 1.

Дайте характеристику основных форм концентрации на рынке, заполнив таблицу:

	Горизонтальная интеграция	Вертикальная интеграция	Диверсификация
Сущность			
Особенности			

Задание 2.

Определите эффект от слияния компаний через три года, если известны следующие данные по годам (в тыс. руб.):

Показатели	1 год	2 год	3 год
Расчетная дополнительная прибыль от расширения масштабов деятельности	1000	1500	3000
Расчетная дополнительная прибыль от снижения риска за счет диверсификации деятельности холдинга	100	100	100
Экономия текущих издержек	80	80	80
Дополнительные инвестиции на реконструкцию и расширение холдинга	800	500	100
Прирост налоговых платежей	50	50	50
Инвестиции в начальный момент поглощения	1200		

Задание 3.

Определите рыночную стоимость поглощаемой компании, если было выпущено 100 000 шт. акций, рыночная цена одной акции равна 1000 руб., а прибыль на одну акцию составляет 50 рублей?

Задание 4.

Определите прибыль на одну акцию поглощаемой компании, если количество акций составляет 200 000 шт., рыночная цена одной акции равна 500 руб., активы компании оценены в сумме 1 500 000 руб.?

Практическое занятие №11 Политика государства в отношении рыночных структур

Задание 1.

Косметическая фирма-монополист на рынке косметики разработала и запустила в производство новый вид крема. Постоянные затраты на данный вид продукции составляют 50 млн. руб. в год. Переменные затраты на один комплект крема равны 1,5 тыс. руб. Фирма предполагает, что спрос не будет превышать 100 тыс. шт. в год и будет падать на 1 тыс. шт. в год при увеличении цены на каждые 100 руб.

Ответьте на вопросы:

- 1) Какова будет максимальная прибыль, оптимальный объем продаж и монополярная цена, если фирма преследует цель максимизации прибыли?
- 2) Государство хочет заставить монополиста производить конкурентный объем выпуска и вводит для этого количественный налог на продукцию монополиста. Какой размер налога должно ввести государство для достижения данной цели?

Задание 2.

Международный форум стран — экспортеров газа образовался сравнительно недавно. В форум входят 14 стран: Алжир, Боливия, Бруней, Египет, Индонезия, Иран, Ливия, Малайзия, Нигерия, Катар, Россия, Тринидад и Тобаго, ОАЭ, Венесуэла. В качестве наблюдателей в нем участвуют Норвегия и Экваториальная Гвинея. Все эти страны заинтересованы в том, чтобы достичь оптимального регулирования рынка газа. Они владеют большей частью мировых ресурсов природного газа. Например, Россия контролирует 32% мировых запасов газа и занимает первое место по разведанным запасам газа, второе занимает Иран, владеющий 15%, третье место принадлежит Катару с 7%. В целом участвующие в конференции страны-экспортеры контролируют более 70% мировых запасов газа и производят свыше 40% от общих мировых объемов этого топлива.

Российская делегация состояла как из противников, так и из сторонников создания «газовой ОПЕК». К первым относится Минпромэнерго, который изначально был против подписания документов о создании каких либо картелей. К сторонникам же относятся представители компании «Газпром». Начальник департамента внешнеэкономической деятельности «Газпрома», на форуме «ТЭК России в XXI веке» заявил, что «газовые компании

заинтересованы в согласованных действиях на рынке. Любой инструмент, который защищает интересы производителей газа, будет полезен. Мы, как производители, имеем возможность создать функционирующий орган (в виде газовой ОПЕК)».

1. Каковы положительные и отрицательные последствия создания мирового газового картеля:

- для экономики России;
- для внешнеэкономической политики России;
- для мировой экономики?

2. Чью сторону — защитников или противников газовой ОПЕК — должна принять ФАС России в этом случае?

Задание 3.

Как известно, Китай оказывает национальным производителям государственную поддержку в виде:

- искусственно заниженного курса юаня;
- различных форм субсидирования;
- государственного кредитования;
- крупных налоговых послаблений для экспортеров;
- защиты китайского рынка высокими пошлинами.

Общая сумма субсидий и преференций на поддержку китайской внешнеторговой экспансии достигает 7% китайского ВВП (в России — немногим более 0,7%) Тем самым создается сложная ситуация как для российских компаний-экспортеров, так и для национальных фирм, действующих на внутреннем рынке, в ряде отраслей: металлургической, химической, нефтехимической, трубной и машиностроении.

Для того чтобы защитить российскую экономику, некоторые экономисты предлагают такие способы:

- импортное квотирование;
- антидемпинговые меры;
- добровольные ограничения экспорта;
- отмена преференционного режима торговли;
- методы технического регулирования;
- покупка российскими госкомпаниями и естественными монополиями российской продукции в приоритетном порядке;
- введение льгот для лизинговых компаний, покупающих российское оборудование.

1. Проанализируйте, насколько эффективны действия Китая в осуществлении поддержки своих компаний и чем может ответить Россия, чтобы остановить стремительное завоевание своего рынка и позволить российским производителям на равных конкурировать с китайскими компаниями.

2. Каким образом должны реагировать министерства России (и какие?) на подобную внешнеторговую угрозу? К каким следствиям эти действия России могут привести для отраслей внутри страны?

3. Какую позицию в данном вопросе должна занять ФАС России?

Задание 4.

Реформа транспорта в Великобритании привела к дерегулированию рынка местных автобусных услуг, так что конкурирующие фирмы получили возможность предлагать автобусные услуги на любом маршруте по любой цене. Некоторые эксперты считают, что каждая компания теперь будет стремиться таким образом распределить свое расписание, чтобы ее автобус появлялся на несколько минут раньше автобуса конкурирующей компании, чтобы забирать всех пассажиров с остановки.

1. Какую экономическую модель вы могли бы использовать для анализа данной ситуации?

2. Является ли вышеприведенное суждение экспертов верным?

3. Является ли подобная стратегия автобусных компаний нарушением конкурентного

законодательства?

4. Должен ли антимонопольный орган вмешиваться в эту ситуацию на автобусном рынке?

Типовые вопросы для собеседования по темам

Тема 1. Общие понятия теории отраслевых рынков

1. Что представляет собой «Теория отраслевых рынков» как научная дисциплина? Формирование экономики отраслевых рынков как науки.
2. Что является объектом исследования экономики отраслевых рынков?
3. Охарактеризуйте основные субъекты отраслевых рынков.
4. В чем заключается сущность гарвардской парадигмы отраслевых рынков?
5. Что предлагает Чикагская школа в исследованиях экономики отраслевых рынков?
6. На чем основана теоретическая база экономик отраслевых рынков?
7. Каковы современные направления исследования экономик отраслевых рынков?

Тема 2. Структура отраслевого рынка

1. Типы рыночных структур.
2. Рыночная концентрация и рыночная власть.
3. Показатель рыночной концентрации.
4. Концентрация продавцов на рынке. Показатели концентрации. Кривые концентрации. Кривая Лоренца.
5. Назовите количественные показатели, характеризующие структуру рынка.
6. Назовите условия, когда рынок считается безопасным для поддержания нормальной конкуренции?
7. Показатели структуры рынка и концентрации. Индекс концентрации, индекс Линда, индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Тема 3. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке

1. Определение барьеров входа-выхода.
2. Каким образом можно классифицировать отрасли в соответствии с высотой барьеров входа?
3. Какие барьеры составляют нестратегические барьеры входа?
4. Что относится к стратегическим барьерам?
5. Могут ли одни и те же факторы трактоваться как стратегические в одних случаях и нестратегические – в других?
6. Каким образом лимитирующее ценообразование может использоваться в качестве барьера входа на рынок?
7. В каких случаях лимитирующее ценообразование неэффективно?
8. Какова роль в создании или преодолении барьеров необратимых издержек на рынке? Что происходит с рынком в условиях нулевых необратимых издержек?
9. Каким образом связаны барьеры входа и квазиконкурентные рынки?
10. Проанализируйте различные типы барьеров входа в разных отраслях российской экономики. Какие уровни барьеров входа в разных отраслях?

Тема 4. Поглощения и слияния предприятий

1. Каковы основные функции слияний?
2. В чем принципиальное различие слияний и поглощений?
3. Какова наиболее распространенная классификация слияний?
4. Каковы качественные особенности горизонтальных и вертикальных слияний, конгломератов?
5. Каковы классические мотивы слияния?
6. В чем суть основных методов защиты фирм от недружественных слияний?
7. В чем суть проблемы изменения форм контроля интересов корпорации при слияниях?

8. Приведите основную классификацию мотивов слияния.
9. Каковы основные компоненты синергетического эффекта слияния? Каково их содержание?
10. В чем может проявляться повышение качества управления при слиянии?

Тема 5. Взаимодействие на олигополистическом рынке

1. Характеристика рынка олигополии.
2. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополии. Классификация несогласованных (некооперированных) моделей олигополии.
3. Какие виды ценовой и количественной конкуренции встречаются на концентрированных рынках?
4. Какие условия необходимы, чтобы соглашения олигополистов по цене были эффективными? Как вы думаете, присутствуют ли эти условия в экономике России? Приведите примеры тайных или открытых ценовых соглашений, действующих на рынках России.
5. Кто выигрывает и кто проигрывает в случае картеля, стабилизирующего цену на рынке?
6. Какова роль некооперативного и кооперативного поведения на рынке?
7. В каких случаях сотрудничество фирм на рынке выгоднее, чем их конкуренция? С точки зрения фирм? С точки зрения общества в целом? С точки зрения потребителей?
8. Количественные модели олигополистического взаимодействия. Модель Курно.
9. Ценовые модели олигополистического взаимодействия: модель Бертрана и модель Эджворта.
10. Характеристика рынка доминирующей фирмы. Условия реализации доминирования.
11. Модель лидерства по объему выпуска Штакельберга.

Тема 6. Монополия и ее значение на отраслевом рынке

1. Дайте определение монополии на отраслевом рынке.
2. Что представляет собой естественная монополия?
3. Каковы условия возникновения естественной монополии?
4. С помощью каких инструментов регулируется естественная монополия?
5. Какими способами фирма-монополист максимизирует прибыль?
6. Охарактеризуйте условия равновесия при монополии.
7. Каковы последствия монопольной власти на отраслевом рынке?

Тема 7. Ценовая дискриминация

1. Понятие, цели и условия эффективного осуществления ценовой дискриминации.
2. Чем объясняется использование фирмами практика ценовой дискриминации?
3. Виды ценовой дискриминации.
4. Почему фирмы используют разные виды ценовой дискриминации?
5. Каковы последствия ценовой дискриминации?
6. Почему в отношении ценовой дискриминации антимонопольные органы предпочитают практику запретов правилу разумности?
7. Может ли монополия, осуществляющая ценовую дискриминацию, производить меньше, чем недискриминирующая монополия?

Тема 8. Ценовая политика доминирующего предприятия на рынке

1. В чем заключаются особенности отраслевого рынка с доминирующей фирмой?
2. Что представляет собой активная (доминирующая) фирма?
3. Каковы основные условия возникновения доминирующих фирм?
4. При помощи каких показателей оценивается рыночная власть доминирующей фирмы на отраслевом рынке?
5. В чем заключаются особенности этих показателей?
6. Что означает ценовое лидерство?
7. При каких предпосылках оно возникает?

8. В чем заключаются особенности поведения фирмы-лидера на рынке?

Тема 9. Продуктовая дифференциация на рынке

1. Что представляет собой дифференциация товара?
2. Какие продукты являются дифференцированными?
3. Охарактеризуйте виды дифференциации продукта.
4. Опишите основные типы дифференциации продукта. В чем их отличительные особенности?
5. Какие модели пространственной дифференциации продукта существуют?
6. В чем состоят основные последствия дифференциации продукта?
7. Каковы условия инвестирования в НИОКР?
8. Каковы основные факторы, обуславливающие продуктивность разработок и инноваций?
9. Охарактеризуйте стадии процесса исследований и разработок.
10. В чем состоят основные требования для получения патента на изобретение?

Тема 10. Концентрация производства в отрасли

1. Сущность концентрации производства в отрасли.
2. Какие разновидности интеграции встречаются на отраслевых рынках?
3. Что представляет собой горизонтально интегрированная фирма?
4. Что представляет собой вертикально интегрированная фирма?
5. Какими способами может осуществляться процесс вертикальной интеграции?
6. Имеет ли смысл разрешать вертикальную интеграцию через внутреннее расширение компании, а не через слияние компаний?
7. С чем связано существование неполной (частичной) интеграции на рынке?
8. Что представляют собой вертикальные ограничения?
9. Какие виды вертикальных ограничений встречаются в практической деятельности?
10. В чем заключаются побудительные мотивы вертикальной интеграции?
11. Почему вертикальная интеграция вызывает особый интерес антимонопольных структур?
12. Стратегия диверсификации производства. Измерение уровня диверсификации.
13. Почему диверсификация расширяет возможности интеграционного процесса?

Тема 11. Политика государства в отношении рыночных структур

1. Какова основная причина государственного вмешательства в экономику?
2. Какие концепции составляют основу отраслевой политики?
3. Охарактеризуйте основные типы отраслевой политики.
4. Какие методы государственного вмешательства применяются в отраслевой политике?
5. В чем преимущества косвенных методов государственного регулирования перед прямыми?
6. Охарактеризуйте основные методы государственного регулирования естественных монополий.
7. На чем основана антимонопольная политика государственного регулирования?
8. Каков опыт государственного регулирования в зарубежных странах?
9. Как проводится антимонопольное регулирование в Российской Федерации?

Типовые тестовые задания по темам

Тема 5. Взаимодействие на олигополистическом рынке

1. Что такое рынок
 - а) представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться
 - б) место встречи продавцов и покупателей
 - в) совокупность предприятий, производящих близкие продукты

2. Что такое отрасль

- а) совокупность продавцов, продающих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии
- б) совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии
- в) совокупность покупателей, объединенных близкими потребностями
- г) нет правильного ответа

3. Конкуренция – это

- а) борьба производителей за получение наибольшей прибыли
- б) борьба потребителей за право покупать товары по более низким ценам
- в) экономическая состязательность за достижение наилучших результатов
- г) движущая сила рынка
- д) система норм и правил, определяющая поведение функционирующих экономических субъектов

4. Совокупность факторов, которые либо препятствуют предприятию организовать прибыльное производство, либо препятствуют выходу с рынка без существенных потерь, принято называть

- а) барьерами входа или выхода на рынок
- б) отраслевыми препятствиями
- в) барьерами входа или выхода в отрасль
- г) рыночными барьерами

5. Для олигополии характерны признаки

- а) в отрасли присутствует две или несколько фирм (обычно до 10) так, что отрасль не является чисто монополизированной
- б) кривая спроса каждой фирмы имеет восходящий характер, поэтому в отрасли не действуют правила совершенной конкуренции
- в) в отрасли функционирует по крайней мере одна крупная фирма, любое действие которой не вызывает ответную реакцию конкурентов
- г) все ответы верны

Тема 11. Политика государства в отношении рыночных структур

1. Источниками монополизма НЕ являются

- а) конкуренция товаропроизводителей
- б) редкость ресурсов
- в) авторские права
- г) максимизация прибыли

2. Для измерения чего используют такие показатели как эластичность остаточного спроса, число торговых марок, объем расходов предприятия на рекламу и т.д.

- а) товара
- б) дифференциации
- в) качества
- г) рынка

3. Близкие товары, на производство которых используются однородные ресурсы и схожие технологии

- а) идентичные
- б) субституты
- в) однородные
- г) взаимозаменяемые

4. Ситуация, при которой одинаковые товары фирма продает различным покупателям по различным ценам, в зависимости от их платежеспособности называется

- а) ценовой дифференциацией
- б) продуктовой дифференциацией
- в) ценовой дискриминацией
- г) вертикальной дискриминацией

5. Сосредоточение выпуска одного или нескольких родственных видов продукции в одном месте, в пределах крупных предприятий, компаний – это

- а) интеграция производства
- б) глобализация производства
- в) концентрация производства
- г) диверсификация производства

Темы докладов и сообщений

Тема 3. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке

- 1. Нестратегические и стратегические барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
- 2. Динамика рынка на примере конкретной отрасли.
- 3. Сравнительный анализ величины барьеров входа в различных странах.

Тема 4. Поглощения и слияния предприятий

4. Слияния и поглощения (на примере отдельных отраслей мировой и российской экономики).

5. Особенности процесса слияний и поглощений для российских компаний.

6. Недружественные (противоправные) слияния и поглощения.

7. Рейдерство как социально-экономический и политический феномен современной России.

Тема 8. Ценовая политика доминирующего предприятия на рынке

8. Правовой статус хозяйствующего субъекта, занимающего доминирующее положение на рынке.

9. Критерии доминирующего положения предприятия на рынке. Коллективное доминирование

10. Ценовое лидерство. Модели с доминирующей фирмой.

11. Формы и виды злоупотребления доминирующим положением на рынке.

Тема 11. Политика государства в отношении рыночных структур

12. Оценка эффективности антимонопольной политики государства.

13. Правило разумности и закон как таковой в антимонопольной политике развитых стран.

14. Особенности регулирования неконкурентного поведения фирм в США, Западной Европе и Японии.

15. Добросовестная и недобросовестная конкуренция на рынке. Проблемы антимонопольного законодательства в России.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования).

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену (ОПК-1: ИОПК-1.1, ИОПК-1.2):

1. Сущность теории отраслевых рынков. Подходы к изучению организации отраслевых рынков.
2. Субъекты отраслевого рынка.
3. Основные проблемы теории отраслевых рынков.
4. Подходы к определению границ отраслевого рынка.
5. Структура рынка и типы рыночных структур.
6. Количественные показатели структуры рынка.
7. Природа и определение рыночных барьеров.
8. Виды барьеров входа-выхода.
9. Показатели оценки рыночных барьеров.
10. Понятия и классификация основных типов слияния и поглощения предприятий.
11. Основные мотивы слияния и поглощений предприятий.
12. Последствия интеграции предприятия.
13. Общая характеристика отраслевой олигополии.
14. Олигополистическое взаимодействие.
15. Олигополистическое ценообразование.
16. Количественные модели олигополистического взаимодействия.
17. Понятие и виды монополии. Источники монополий.
18. Барьеры, защищающие монопольный рынок
19. Ценообразование и максимизация прибыли в условиях монополии. Последствия монопольной власти.
20. Природа и типы ценовой дискриминации.
21. Последствия применения ценовой дискриминации.
22. Характеристика отраслевого рынка с доминирующим предприятием.
23. Рыночная власть предприятия на отраслевом рынке. Показатели рыночной власти.
24. Ценовая политика доминирующего предприятия.
25. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Виды продуктовой дифференциации.
26. Модели горизонтальной и вертикальной продуктовой дифференциации.
27. Технологические изменения, патенты и инновации.
28. Экономическое содержание концентрации производства в отрасли.
29. Формы концентрации производства в отрасли.
30. Оценка эффективности процессов концентрации.
31. Государственная отраслевая политика.
32. Антимонопольная политика государства.

Примерный тест для итогового тестирования (ОПК-1: ИОПК-1.1, ИОПК-1.2):

1. Что такое рынок
 - а) представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться
 - б) место встречи продавцов и покупателей
 - в) совокупность предприятий, производящих близкие продукты
2. Что такое отрасль
 - а) совокупность продавцов, продающих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии
 - б) совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии
 - в) совокупность покупателей, объединенных близкими потребностями
 - г) нет правильного ответа

3. Монополистическая конкуренция характеризуется тем, что
- а) фирмы не могут свободно входить в рынок и выходить из него
 - б) на рынке действует небольшое число фирм
 - в) фирмы, действующие на рынке, выпускают дифференцированную продукцию
 - г) фирмы, действующие на рынке, не обладают полной информацией о рыночных условиях
4. Индекс Херфиндаля-Хиршмана показывает, что
- а) чем меньше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке
 - б) чем больше значение индекса, тем ниже концентрация продавцов на рынке
 - в) чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке
5. Индекс Лернера определяет
- а) степень концентрации
 - б) общее число фирм
 - в) долю фирмы на рынке
 - г) монопольную власть фирмы
6. Совокупность факторов, которые либо препятствуют предприятию организовать прибыльное производство, либо препятствуют выходу с рынка без существенных потерь, принято называть
- а) барьерами входа или выхода на рынок
 - б) отраслевыми препятствиями
 - в) барьерами входа или выхода в отрасль
 - г) рыночными барьерами
7. Наличие стратегических барьеров зависит от
- а) поведения самого предприятия
 - б) емкости отраслевого рынка
 - в) воздействия внешней среды
 - г) поведения потребителей
8. Административные, гражданские, социально-экономические барьеры относятся к числу
- а) нестратегических барьеров
 - б) стратегических барьеров
 - в) материальных барьеров
 - г) законодательных барьеров
9. Что из нижеперечисленного является признаком только монопольного рынка
- а) один продавец или один покупатель
 - б) дифференциация продуктов
 - в) большие постоянные издержки
 - г) цена равна предельным издержкам
10. Олигополия – это
- а) определенное строение рынка, при котором сторона предложения представлена большим числом крупных фирм-продавцов
 - б) определенное строение рынка, при котором сторона предложения представлена небольшим числом сравнительно крупных фирм-продавцов однородной или сходной по своим характеристикам продукции
 - в) определенное строение рынка, при котором сторона предложения представлена большим числом мелких фирм-продавцов

11. Для олигополии характерны признаки

- а) в отрасли присутствует две или несколько фирм (обычно до 10) так, что отрасль не является чисто монополизированной
- б) кривая спроса каждой фирмы имеет восходящий характер, поэтому в отрасли не действуют правила совершенной конкуренции
- в) в отрасли функционирует по крайней мере одна крупная фирма, любое действие которой не вызывает ответную реакцию конкурентов
- г) все ответы верны

12. По российскому законодательству фирма НЕ признается доминирующей, если ее доля

- а) меньше 25%
- б) меньше 50%
- в) меньше 35%
- г) меньше 51%

13. Имя Курно связано с

- а) моделью ломаной кривой спроса
- б) использованием теории игр при рассмотрении поведения олигополии
- в) теорией, основанной на предположении олигополиста о неизменности выпуска конкурента в ответ на изменение его собственного выпуска
- г) теорией, основанной на предположении олигополиста о неизменности цены на продукцию конкурента в ответ на изменение цены на его собственную продукцию
- д) моделью лидерства в ценах

14. Для измерения чего используют такие показатели как эластичность остаточного спроса, число торговых марок, объем расходов предприятия на рекламу и т.д.

- а) товара
- б) дифференциации
- в) качества
- г) рынка

15. В условиях какой дифференциации конкурентоспособность зависит от уровня цен на товары

- а) вертикальной
- б) горизонтальной

16. Кем была разработана модель вертикальной продуктовой дифференциации

- а) Хотеллингом
- б) Саттоном
- в) Салопом
- г) Тобином

17. Ситуация, при которой одинаковые товары фирма продает различным покупателям по различным ценам, в зависимости от их платежеспособности называется

- а) ценовой дифференциацией
- б) продуктовой дифференциацией
- в) ценовой дискриминацией
- г) вертикальной дискриминацией

18. Форма ценовой дискриминации, при которой, схожие товары продаются по различным ценам в зависимости от спроса различных групп населения, называется

- а) совершенная ценовая дискриминация
- б) ценовой дискриминацией третьей степени

- в) неценовой дискриминацией второй степени
- г) нет правильного ответа

19. Сосредоточение выпуска одного или нескольких родственных видов продукции в одном месте, в пределах крупных предприятий, компаний – это

- а) интеграция производства
- б) глобализация производства
- в) концентрация производства
- г) диверсификация производства

20. Образование «цепных фирм», владеющих некоторым числом однотипных предприятий – это форма проявления

- а) горизонтальной интеграции
- б) вертикальной интеграции
- в) диверсификации

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в банке вопросов электронного учебного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>, а также хранится в бумажном и (или) электронном виде на кафедре-разработчике.