МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Шуйский филиал ИвГУ

Кафедра математики, информатики и методики обучения

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

_____ Ю.С. Нанакина
(подпись)

«24» февраля 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	44.03.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) образовательной программы:	Экономическое образование и предпринимательство

Шуя

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Экономика отраслевых рынков» являются формирование у студентов знаний о теории и практике функционирования экономики отраслевых рынков, способствующих обеспечению подготовки конкурентоспособных педагогических кадров, обладающих высоким уровнем сформированности профессиональных компетенций в области педагогической деятельности с дополнительными компетенциями в сфере предпринимательства и экономики отраслевых рынков, а также осуществление практической подготовки обучающихся посредством выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Экономика отраслевых рынков» является обязательной для изучения; относится к обязательной части блока дисциплин Б1, входит в предметно-методический модуль.

Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности обучающихся к освоению дисциплин: Теория и практика бизнес-коммуникаций, Практикум по решению финансово-экономических задач, Экономический анализ и бизнес-аналитика, Мировая экономика и международный бизнес, Планирование и прогнозирование социально-экономических процессов и систем, Основы бухгалтерского учета и налогообложения малых предприятий, Методика преподавания экономических дисциплин, Национальная экономика, Экономика России, Социально-экономическая статистика, Бизнес-планирование и управление проектами, Бизнес-планирование и управление проектами, Инвестиции и инвестиционная деятельность; Учебная практика, технологическая практика, по экономике и предпринимательству, Учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы), Производственная практика, преподавательская практика, Производственная практика, педагогическая (комплексная) практика, Производственная практика, научно-исследовательская работа, а так же подготовке к сдаче и сдача государственного экзамена, выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен:

Знать:

- сущность и механизм действия основных экономических законов, методов и систем;
- методы анализа экономических процессов и явлений на рынках;
- особенности поведения субъектов экономики в различных рыночных структурах и типах конкуренции;
- основные тенденции и практику применения экономических законов в хозяйственной деятельности субъектов рынка.

Уметь:

- анализировать актуальные проблемы и перспективы развития экономики;
- проводить исследование конкретных экономических показателей, графиков, отражающих динамику развития экономических процессов;
- выявлять причинно-следственные, функциональные, иерархические и другие связи социально-экономических объектов и процессов на рынке.

Владеть:

- навыками анализа и прогноза социально-экономических явлений и процессов на рынке;

- владение базовым понятийным аппаратом экономических наук (маркетинга, экономической теории, теории организации, менеджмента, исторических аспектов развития экономики и предпринимательства).

Дисциплина «Экономика отраслевых рынков» способствует подготовке обучающегося к профессиональной деятельности в области предпринимательства: обучение, воспитание, развитие, просвещение, образовательные системы как в системе общего среднего профессионального и дополнительного образования в соответствии с требованиями профессиональных стандартов.

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

3.1. Компетенции, формированию которых способствует данная дисциплина

При реализации дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальные компетенция (УК) и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели. УК-2.3. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач. УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.

б) общепрофессиональные компетенции (ОПК) и индикаторы их достижения: -

в) профессиональные компетенции (ПК) и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: педагогический		
ПК-3. Способен выделять структурные элементы, входящие в систему познания предметной области (в соответствии с профилем и уровнем	ПК- 3.1. Выделяет и анализирует единицы различных уровней современного экономического образования в единстве их содержания, формы и функций. ПК-3.2. Выделяет и анализирует явления разных уровней экономики и	Профессиональный стандарт 01.001 «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего,

обучения), анализировать их в единстве содержания, формы и выполняемых функций	предпринимательства как системы гуманитарных знаний в их структурном единстве и функциях. ПК-3.3. Знает и умеет анализировать мировые, национальные и региональные особенности развития социально-экономических отношений, систем и процессов.	основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)» Профессиональный стандарт 01.015 «Педагог профессионального обучения, среднего профессионального образования»
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий		
ПК-7. Способен анализировать современное состояние и динамику развития рынка образовательных услуг и эффективно реализовывать социально-значимые предпринимательские проекты и экономические решения в области образования	ПК-7.1. Анализирует современное состояние и динамику развития социально-экономических отношений и процессов, государственную и региональную политику в области образования и проводит исследование рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых на основе экономических знаний, умений и навыков организации, учета, контроля, планирования и прогнозирования с использованием аналитических и статистических данных. ПК-7.2. Осуществляет организационно-педагогическое сопровождение методической деятельности педагогов дополнительного образования, а также мониторинг качества реализации образовательных программ в области экономики и предпринимательства и оценку их конкурентоспособности на рынке дополнительных образовательных услуг. ПК-7.3. Участвует в развитии системы социального партнерства и продвижения образовательных услуг в области экономики и предпринимательства на основе оценки их эффективности, социальной значимости и перспектив развития отрасли образования. ПК-7.4. Принимает участие в проектировании, планировании, моделировании и реализации социально-значимых предпринимательских инициатив в области образования.	Профессиональный стандарт 01.003 «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»

3.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в сфере проектной и учебно-исследовательской деятельности (УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– особенности проектного мышления (УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– основные этапы проектирования, их последовательность и взаимосвязь (УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– разновидности рисков и ограничений в проектной деятельности (УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– различные элементы систем изучаемой предметной области, их связи и использование в науке и образовании (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– структуру и содержание образовательной области экономики и предпринимательства (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– основные понятия в области экономики и предпринимательства, их системно-структурные связи в контексте экономического развития общества (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– основные закономерности, типичные явления в области экономики и предпринимательства, а также их объектов и процессов (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– теоретические сведения о структуре экономики и предпринимательства (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– основные положения и правила в экономике и предпринимательстве (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– основные подходы к формированию экономических категорий (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– теорию и методику обучения экономике и предпринимательству (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– теорию и методику организации информационно-образовательной среды учителя и школы в области экономики и предпринимательства (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– содержание изучаемых разделов экономики и предпринимательства в их историческом и методическом единстве (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– методы анализа в разделах экономики и предпринимательства;
– классификацию, характеристики и учебные функции прикладных задач в экономике и предпринимательстве (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– мировые, национальные и региональные особенности развития социально-экономических отношений, систем и процессов (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3)).
– основные понятия, содержание и особенности социально-экономических отношений, государственной и региональной политики в области образования и рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых на основе экономических знаний, умений, навыков и аналитических данных статистики (ПК-7 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– социально-экономические, нормативно-правовые правила социального партнерства, формы, средства, инструменты и особенности продвижения образовательных услуг и программ (ПК-7 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– методику оценки эффективности социально-значимых предпринимательских инициатив в сфере образования (ПК-7 (индикаторы – 1, 2, 3,4)).

Уметь:

– выделять в поставленной цели основные смысловые и структурные компоненты развития ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));

– формулировать задачи на основе этапов получения промежуточных результатов ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– определять совокупность необходимых ресурсов для реализации каждой задачи ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– оценивать уровень и качество каждого ресурса, обеспечивающего выполнение определенной задачи ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– выявлять возможности преодоления рисков и ограничений с учетом имеющихся ресурсов и резервов ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– проектировать процесс решения каждой задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– опознавать изученные понятия и структуры, определять их характеристики с точки зрения области применения и функционирования (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– устанавливать взаимосвязь между теоретическими аспектами экономики и предпринимательства и реализующими их технологиями (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– выделять и систематизировать разные виды условных обозначений и соотносить их со смысловым содержанием применительно к экономике и предпринимательству (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– использовать различного рода прикладные программы для решения учебных задач (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– анализировать и характеризовать готовый экономический объект/предпринимательский продукт в контексте решения учебных задач (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– выявлять в конкретной решенной задаче ошибки и недочеты, определять их природу (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– анализировать мировые, национальные и региональные особенности развития социально-экономических отношений, систем и процессов (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3)).
– реализовывать концепцию социального партнерства и продвижения образовательных услуг и программ (ПК-7 (индикаторы – 1, 2, 3,4)).

Владеть:

– приемами декомпозиции цели, используя вариативные трактовки задач, конкретизирующих различные пути достижения поставленной цели ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– способами определения резервов, использование которых может компенсировать недостаток имеющихся ресурсов ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– способами решения конкретных задач проекта на уровне заявленного качества и за установленное время ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– навыками публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта ((УК-2 (индикаторы – 1, 2, 3,4));
– методикой проведения всех видов аналитики, доказательств и рассуждений (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– технологиями алгоритмизации и программирования (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– навыками работы в текстовых, графических и видео редакторах, с электронными таблицами и базами данных в экономике и предпринимательству (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– методами экономического моделирования и планирования (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3));
– методами оценки мировых, национальных и региональных особенностей развития социально-экономических отношений, систем и процессов (ПК-3 (индикаторы – 1, 2, 3)).
– навыками планирования, реализации и оценки эффективности социально-значимых предпринимательских инициатив в сфере образования (ПК-7 (индикаторы – 1, 2, 3,4)).

4. Объем и содержание дисциплины

Очная форма обучения

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 час.)

Практическая подготовка – 48 ч.

Заочная форма обучения

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 час.)

Практическая подготовка – 44 ч.

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и объемом учебных занятий

Очная форма обучения

Объем иной контактной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и объем (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа обучающегося	
				Лаб.	Пр.		
1	ТЕМА 1: Введение в курс. Предмет и метод экономики отраслевых рынков.	4	1	-	2	4	Выполнение практических заданий по теме, индивидуальное задание, сообщение
2	ТЕМА 2: Отраслевые рынки: общая характеристика	4	1	-	2	4ПП	Выполнение практических заданий по теме, реферат
3	ТЕМА 3: Фирма как субъект и объект рыночных взаимодействий	4	1	-	2	4ПП	Выполнение практических заданий по теме, эссе
4	ТЕМА 4: Конкуренция и монополия	4	1	-	2	4ПП	Выполнение практических заданий по теме
5	ТЕМА 5: Естественная монополия	4	2	-	2	4ПП	Выполнение практических заданий по теме, сообщение, индивидуальное задание
6	ТЕМА 6: Барьеры входа-выхода и динамика рынка	4	2ПП	-	2	4ПП	Выполнение практических заданий по теме ТК1

7	ТЕМА 7: Ценовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью	4	2ПП	-	2	4ПП	Выполнение практических заданий по теме, индивидуальное задание
8	ТЕМА 8: Продуктовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью	4	2ПП	-	4	6	Выполнение практических заданий по теме
9	ТЕМА 9: Стратегические взаимодействия крупных фирм на рынке	4	1ПП	-	4ПП	6	Выполнение практических заданий по теме, эссе
10	ТЕМА 10: Ресурсные стратегии фирмы	4	1ПП	-	4ПП	6	Выполнение практических заданий по теме
11	ТЕМА 11: Инновационные рынки	4	1	-	4ПП	6	Выполнение практических заданий по теме
12	ТЕМА 12: Государственна я политика регулирования рыночных структур	4	1	-	4ПП	6	Выполнение практических заданий по теме ТК 2
Итого			16	-	34	58	Зачет

Заочная форма обучения

Объем иной контактной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	**Раздел (тема) дисциплины**	**Курс**	**Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и объем (в часах)**				**Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации**
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа обучающегося	
				Лаб.	Пр.		
1	ТЕМА 1: Введение в курс. Предмет и метод экономики отраслевых рынков.	3	-	-	-	4	Выполнение практических заданий по теме, индивидуальное задание, сообщение
2	ТЕМА 2: Отраслевые рынки:	3	-	-	-	6	Выполнение практических заданий по

	общая характеристика						теме, реферат
3	ТЕМА 3: Фирма как субъект и объект рыночных взаимодействий	3	1	-	1	8	Выполнение практических заданий по теме, эссе
4	ТЕМА 4: Конкуренция и монополия	3	1	-	1	10	Выполнение практических заданий по теме
5	ТЕМА 5: Естественная монополия	3	1ПП	-	1ПП	10ПП	Выполнение практических заданий по теме, сообщение, индивидуальное задание
6	ТЕМА 6: Барьеры входа-выхода и динамика рынка	3	-	-	-	10ПП	Выполнение практических заданий по теме
7	ТЕМА 7: Ценовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью	3	1ПП	-	1ПП	10	Выполнение практических заданий по теме, индивидуальное задание
8	ТЕМА 8: Продуктовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью		-	-	-	4ПП	Выполнение практических заданий по теме
9	ТЕМА 9: Стратегические взаимодействия крупных фирм на рынке		-	-	-	2	Выполнение практических заданий по теме
Всего			4	-	4	64	
10	ТЕМА 10: Ресурсные стратегии фирмы	4	-	-	2ПП	14ПП	Выполнение практических заданий по теме
11	ТЕМА 11: Инновационные рынки	4	-	-	2	8	Выполнение практических заданий по теме
12	ТЕМА 12: Государственна я политика регулирования рыночных структур	4	-	-	-	6	Выполнение практических заданий по теме Контрольная работа

Всего	-	-	4	28	Зачет

4.2. Развернутое описание содержания учебного материала по разделам (темам)

ТЕМА 1: ВВЕДЕНИЕ В КУРС. ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИКИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ.

История вопроса: появление экономики отраслевых рынков как особой сферы анализа и преподавания. Исходная парадигма «Структура – поведение – результативность» Гарвардской школы. Подход Чикагской школы. Австрийская школа. Эволюция взглядов на традиционную парадигму и предмет ЭОР. Сравнительный анализ различных концептуальных подходов к анализу рынков. Институциональный и контрактный подходы. Теоретико-игровые направления. Эволюционные концепции рынка. Поведенческая концепция. Стратегическая концепция. Управленческая концепция. Подход с точки зрения конкурентоспособности. Конкурентный анализ. Деловая экономическая разведка. Эндогенная теория рыночных структур. Эмпирическая отраслевая экономика.

Соотношение экономики отраслевых рынков и смежных областей. ЭОР в системе экономических дисциплин. Микроэкономика и ЭОР. Стратегический менеджмент и ЭОР. Корпоративное управление и ЭОР. Региональная экономика и ЭОР, Государственное управление и ЭОР. Междисциплинарные подходы. Три уровня ЭОР: базовые модели; теория отраслевых рынков; эмпирический анализ отраслевых рынков. Новые направления в данной области: новая эмпирическая экономика отраслевых рынков (New Empirical Industrial Organization, NEIO); новая индустриальная экономика (New Industrial Economics); концепция общих ценностей. Экономика цифровых рынков.

Методология анализа отраслевых рынков. Системный подход. Роль теоретических моделей, статистических данных, эконометрических исследований. Кейс-анализ проблем развития отрасли. Кейс-анализ проблем конкурентоспособности компании отрасли. Анализ жалоб участников рынка на недобросовестную конкуренцию (дела ФАС). Исторические подходы, анализ исторических практических ситуаций.

ТЕМА 2: ОТРАСЛЕВЫЕ РЫНКИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Рынок как объект анализа в ЭОР. Границы рынка. Продуктовые рынки. Географические рынки. Временные рынки. Цифровые рынки. Классификация рынков по разным критериям. Рынок и отрасль: сходство и различия. Методы и стандарты отраслевых классификаторов: Россия и зарубежный опыт. Связывающие, дополняющие и поддерживающие отрасли. Пространственные границы рынка и степень интеграции локальных рынков в национальные и глобальные цепочки создания стоимости. Экономическая среда бизнеса.

Критерии выделения релевантного рынка. Индексы перекрестной ценовой продуктовой и пространственной эластичности. Правила SSNIP (тест гипотетического монополиста). Модификации теста гипотетического монополиста для случая рынков с нулевой ценой. Корреляция цен товаров. Технологические границы рынка. Заменяемость оборудования и ресурсов в производстве. Оценки локализации процессов производства и потребления. Понятие стратегического рынка.

Типы рыночных структур. Факторы, определяющие структуру рынка. Роль эффекта масштаба и технологических новаций. Крупномасштабное производство как реальность современной экономики. Значимость стохастических факторов рынка. Процесс Жибра. Базовые рыночные структуры современной экономики. Исследование прямых и обратных взаимосвязей в отрасли. Современные подходы к анализу рыночных конфигураций. Теория границ Саттона. Фрагментированный и концентрированный рынки. Анализ рыночного поведения с точки зрения эволюционных процессов. Теория жизненного цикла отрасли.

Стратегический рынок (модель Кея). Анализ конкурентной среды. Benchmarking: определение места компании в ряду других фирм рынка.

Концентрация и рыночная власть. Отраслевая, рыночная и географическая концентрация фирм. Показатели концентрации. Проблема интерпретации индексов концентрации. Факторы, отвечающие за уровень концентрации на рынке. Рыночная власть фирмы: определение, типы, последствия. Показатели рыночной власти. Демография фирм. Крупные, средние и мелкие фирмы на рынке. Поведение доминирующей фирмы в конкурентном окружении: влияние на отраслевую концентрацию. Эмпирические исследования отраслей с рыночной властью отдельных фирм. Концентрация в рамках промышленных региональных кластеров.

ТЕМА 3: ФИРМА КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ РЫНОЧНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

Фирма и рынок как альтернативные способы производства, обмена, распределения и потребления, как альтернативные механизмы организации экономических взаимодействий. Аллокативные принципы фирмы и рынка. Альтернативные цели фирмы и варианты поведения компании на рынке. Экзогенность и эндогенность выбора параметров поведения. Ограничения на рост фирмы. Фирма как механизм распределения имущественных прав. Специфические активы и стимулы к инвестированию.

Эволюция фирмы. Внутренняя иерархия компании: от рабочего места к заводу. Одно- и многопродуктовые фирмы. Холдинги. Стратегические союзы фирм. Экосистемы бизнеса в цифровой экономике. Параметры деятельности фирмы. Критерии эффективности функционирования компании. Предпринимательство и конкурентоспособность. Факторы устойчивых конкурентных преимуществ фирмы.

Различные подходы к анализу деятельности фирмы. Технологический (микроэкономический) подход. Поведенческая теория фирмы. Контрактный подход. Подход с точки зрения теории игр. Динамические теории фирмы. Пространственная локализация бизнес-единиц. Менеджериальные теории фирмы. Множественность управленческих целей. Фирма как коалиция интересов. Роль стейкхолдеров. Модель Баумоля. Модель Марриса. Модель Милгрома и Робертса. Проблема «заказчик-исполнитель». Поиски адекватных инструментов для предотвращения оппортунизма менеджеров. Пределы поведения, отклоняющегося от максимизации прибыли. Способы гармонизации интересов внутри и вне фирмы. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на поведение фирмы и рыночные структуры.

ТЕМА 4: КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Конкуренция в экономике и ее отражение в концепциях экономики отраслевых рынков. Различные подходы к пониманию конкуренции. Добросовестная и недобросовестная конкуренция. Эффективная конкуренция. Излишняя (чрезмерная) конкуренция. Критерии конкурентного поведения. Проблемы измерения интенсивности конкуренции.

Виды монополи. Технологическая (естественная) монополия. Ресурсная монополия. Инновационная (патентная) монополия. Государственная франшизная монополия. Стратегическая монополия. Особенности возникновения и поведения. Двухсторонняя монополия на продуктовом рынке. Источники монопольной власти и факторы, ее ограничивающие. Модель уравновешивающих сил на монопольном рынке.

Монополия и монопсония. Поведение недискриминирующего монополиста на различных рынках: однопродуктовый и многопродуктовый монополист; монополист на рынках товаров длительного пользования; ресурсный монополист. Монополия на двухсторонних рынках. Монополия в цифровой экономике: новые форматы рыночной власти. Оценки последствий монопольного поведения. Факторы, неучтенные при традиционном подсчете чистых потерь. Альтернативные издержки монополизации. Полные затраты

общественных ресурсов на устранение монопольных эффектов. Сравнительный анализ эффективности рынка в условиях конкуренции и монополии. Оценка X-эффективности.

ТЕМА 5: ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ

Естественная монополия как самостоятельная структура рынка. Причины монопольной «естественности» в отрасли. Проблемы выбора между технологической и аллокативной эффективностью. Роль первоначальных капитальных затрат и эффекта масштаба. Субаддитивность издержек. Невозможность и нежелательность конкурентного рынка в такой отрасли. Примеры отраслей естественной монополии. Модель нерегулируемой отрасли естественной монополии. Глобальная и локальная естественная монополия.

Различные варианты регулирования отрасли естественной монополии. Необходимость отдельного закона в отношении регулирования естественной монополии. Реестр фирм – естественных монополистов. Ценовые варианты регулирования. Конкурентная (предельная) цена. Проблемы инфлятирования издержек и качества услуг фирмы – естественного монополиста. Цена Рамсея. Двухчастный тариф. Регулирование нормы доходности. Эффект Аверча-Джонсона.

Неценовые методы регулирования. Конкуренция за рынок монополии (конкуренция Демзеца). Проблемы конкурентных торгов (аукциона). Реорганизация отрасли (раздробление фирмы-монополиста). Контроль качества продукции фирмы-монополиста. Национализация компании. Прикрепление потребителей к обязательному обслуживанию. Надзор государства за сделками естественного монополиста. Гос. надзор за инвестициями естественного монополиста. Свободный доступ к информации о деятельности естественного монополиста.

ТЕМА 6: БАРЬЕРЫ ВХОДА-ВЫХОДА И ДИНАМИКА РЫНКА

Барьеры входа на рынок: определение, классификация, последствия. Типы рынков по отношению к величине барьеров входа. Барьеры входа и барьеры успеха компании в отрасли. Вход и укоренение на рынке. Успешность и неуспешность проникновения на рынок.

Нестратегические (экзогенные) барьеры входа. Роль капитальных затрат. Абсолютное и относительное преимущество в издержках. Институциональные барьеры. Государство как барьер входа на рынок. Лицензирование и патентирование как барьеры входа. Модели Стиглера, Демзеца, Вайцзекера.

Стратегические (эндогенные) барьеры входа. Анализ стратегий предотвращения входа. Ценообразование, ограничивающее вход. Модель Бейна. Модель Модильяни. Закрытие рынка для конкурентов. Роль стратегического выбора фирм-старожилов и фирм-новичков. Стратегические инвестиции. Модель Спенса-Диксита. Достоверная и недостоверная угроза. Война на истощение. Анализ стратегий вытеснения конкурента с рынка. Грабительское ценообразование. Роль барьеров выхода. Эффект «безбилетника» в стратегиях блокирования входа. Альтернативные стратегии взаимодействия старожила с потенциальным конкурентом (фирмой-новичком). Допуск новичка на рынок. Ограничения на вход на основе размещения предприятий. Стратегии успешного входа на рынок. Репутация «жесткого» конкурента.

Соревновательные (квазиконкурентные) рынки. Модель Баумоля. Роль потенциальной конкуренции. Оценка издержек входа. Динамика рынка и устойчивое равновесие отрасли. Слияния и поглощения как факторы динамики рынка. Мотивы слияний и поглощений. Факторы успешности и неуспешности корпоративных слияний. Дружественные и враждебные поглощения. Способы защиты от нежелательного вторжения. Альтернативные формы реорганизации бизнеса. Рейдерство и передел собственности. Анализ бизнес-примеров.

ТЕМА 7: ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ, ОБЛАДАЮЩЕЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТЬЮ

Определение и форматы ценовых стратегий: общая характеристика. Фирмы-ценополучатели и фирмы-ценоискатели: выбор стратегии поведения. Стратегия предельного ценообразования. Сравнение стратегии монопольной единой цены и стратегий ценовой вариабельности. Клубное ценообразование. Стратегии аукционного ценообразования.

Ценообразование по пиковой нагрузке. Межвременная ценовая стратегия. Эффект запутывания (obfuscation). Персонализированные цены. Трансфертные цены: роль в национальных и транснациональных компаниях.

Ценообразование взаимосвязанных товаров. Выбор цен при чистом комплектовании. Выбор цен при смешанном комплектовании. Пакетирование и распакетирование. Пространственная сегментация и географические зональные цены. Пространственное ценообразование. Ценовая дискриминация на основе различий в транспортных издержках. Ценообразование на основе базисных пунктов.

Стратегическое ценообразование: виды и последствия. Затратное ценообразование (по издержкам): «издержки плюс». Ценообразование на основе ценности товара. Особенности ценообразования индустриальных товаров и оборудования. Метод пробных образцов. Ценообразование в розничной торговле. Создание ценового имиджа магазина. Роль производителя: установление рекомендуемого диапазона или уровня розничной цены. Эффект выравнивания цен (price lining). Роль среднего размера покупки (среднего чека). Двойные цены. Ценообразование в сфере услуг. Ступенчатое ценообразование.

Цена как индикатор качества товара. Модели гедонистического ценообразования.

Эффект престижа. Ценообразование товаров роскоши. Стратегии ценообразования на новый товар. Стратегия высокой цены (цена «снятия сливок»). Стратегия низкой цены (цена «проникновения»). Стратегия средних цен. Стратегия неизменных цен. Сегментирование покупателей на основе восприятия ценности товара и его цены. Покупатели, ориентированные на удобства. Покупатели, ориентированные на цену. Покупатели, ориентированные на ценность. Покупатели, ориентированные на взаимоотношения. Психологические особенности ценообразования. Эффект Вебера-Фехнера. Эффект "странных цифр". Эффект «якоря». Эффект референтной цены. Эффект сложности сравнения. Обоснование оптимального выбора ценовой стратегии. Влияние ценовых стратегий на общественное благосостояние. Отношение государства к разным видам ценовых стратегий компаний.

ТЕМА 8: ПРОДУКТОВЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ, ОБЛАДАЮЩЕЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТЬЮ

Товар как набор характеристик. Цена и качество товара как стратегические компоненты поведения фирмы. Качество товара/услуги; разные торговые марки; местоположение продавца; время продажи; время потребления; доступность товара (наличие на полке; наличие дополнительных условий покупки/продажи); безопасность товара; сложность товара; наличие у потребителей информации о товаре и его качестве (эффект репутации); реклама как факторы продуктовой дифференциации и продуктовой стратегии фирмы. Измерение степени продуктовой дифференциации. Индекс Ротшильда.

Горизонтальная продуктовая дифференциация. Вертикальная продуктовая дифференциация. Реклама и информация как факторы продуктовой дифференциации. Роль рекламы в стратегии фирмы. Сравнение эффективности продуктовых стратегий (с точки зрения бизнеса и с позиции общественного благосостояния) в разных моделях. Модель рынка с монополистической конкуренцией. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модель Ланкастера. Модель Хотеллинга (линейный город) при разных вариантах поведения фирмы–старожила (раздел рынка; захват всего рынка одной фирмой; нишевая стратегия локального размещения). Разрывы в функциях спроса (модель Даспремонта-Габзевича-Тиса). Равновесие в чистых и смешанных стратегиях. Модель Салопа (круговой город): долгосрочный и краткосрочный аспекты. Роль разных форматов транспортных расходов. Модель Саттона (вертикальная дифференциация). Модель рекламы Дорфмана-Штайнера.

Стратегическая продуктовая дифференциация. Развитие продуктовой линейки. Роль торговой марки и бренда. Создание и поддержание эффекта лояльности потребителей к фирме и бренду. Современные стратегии: стратегия продуктового доминирования; стратегия

нишевого устойчивого развития; стратегия продуктового первооткрывателя; стратегия продуктового приспособления. Продуктовая дифференциация на цифровых рынках.

ТЕМА 9: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КРУПНЫХ ФИРМ НА РЫНКЕ

Многообразные подходы к моделированию олигопольных рынков. Моделирование стратегической взаимозависимости олигополистов. Функции реакции при разных форматах ожиданий (предположительных вариаций). Выбор типа конкуренции: количественная, ценовая, смешанная. Форматы лидерства: абсолютный лидер рынка; стратегии претендента; стратегии следования за лидером. Индекс Линда как оценка степени концентрации на рынке с доминирующей фирмой. Положение и роль крупнейших компаний в современной национальной и глобальной экономике.

Некооперативные (конкурентные) взаимодействия крупных фирм. Равновесие и динамика в модели Курно с N-фирмами и предположительными вариациями. Роль асимметрии издержек. Модель Эджуорта. Ценовые войны. Количественные разборки и стратегические инвестиции в излишние мощности. Стратегии сознательного подражания (осознанного параллелизма). Сетевые олигополии. Олигопольные стратегии на рынках с сетевыми товарами. Олигополия на рынках промежуточных товаров. Олигопсония: модели, последствия, противодействие. Устойчивость позиции лидера: стратегия и тактика на олигопольном рынке. Эффект «ценового зонтика». Диверсификация как стратегия олигопольной конкуренции. Циклическая конкуренция. Роль продуктовой неоднородности. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы (модель Гаскинса). Модель двухсторонней олигополии.

Кооперативные взаимодействия крупных фирм. Соглашения олигополистов: формы и механизмы поддержания. Ценовой сговор. Неформальные договоренности. Явные соглашения (механизм действия ОПЕК). Фокальные точки для кооперации действий фирм. Открытые соглашения: совместные предприятия, торговые и промышленные ассоциации, стратегические альянсы. Промежуточные соглашения: сотрудничество в одном, конкуренция в другом. Модели стабильности картеля. Модель Зелтена. Факторы, облегчающие и затрудняющие формирование и поддержание картельных соглашений. Модель картеля в краткосрочном и долгосрочном периодах: сравнительный анализ. Модель картеля как повторяющейся игры. Триггерные стратегии. Выигрыш фирмы – нарушителя. Эвристическое ценообразование как инструмент координации действий олигополистов. Динамика кооперативные взаимодействий в ходе циклического развития экономики. Модель картелей, стабилизирующих цены. Поощрение картелизации экономики в ответ на кризис.

ТЕМА 10: РЕСУРСНЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ

Цепочка создания стоимости. Способы приобретения ресурсов и сбыта продукции: сравнительный анализ. Наличный рынок (краткосрочные контракты). Долгосрочные контракты (включая вертикальные ограничительные контракты). Вертикальная интеграция (производство ресурсов в самой компании). Преимущества и ограничения каждого способа приобретения ресурсов. Выбор ресурсной стратегии.

Вертикальная интеграция: варианты, формы, стимулы. Интеграция ресурса, интеграция продукта, комплексная (сбалансированная) интеграция. Мотив трансакционных издержек и роль специфических активов. Специфика местоположения; специфическое оборудование или части изделий; специфический человеческий капитал; специфические навыки и знания квалифицированного персонала фирмы. Технологические детерминанты интеграции. Роль институциональных факторов и неполных контрактов. Влияние фактора неопределенности на интеграционные процессы. Модель двойной экономической надбавки (монопольной прибыли) при разных структурах исходного рынка. Стратегия вертикальной интеграции как противодействие рыночной власти контрагента. Ограничения на рост масштабов вертикальной фирмы. Стратегические выгоды от интеграции. Стратегические издержки

интеграции. Последствия вертикальной интеграции для бизнеса, отраслевых структур и общественного благосостояния.

Вертикальные ограничительные соглашения (долгосрочные контракты ограничительного характера) (ВОС). Проблема «безбилетника» со стороны партнеров по бизнесу. Проблемы координации торговцев одного производителя. Инструменты вертикальных контрактов. Двухчастные тарифы. Контроль уровня розничной цены. Квоты розничных продаж. Исключительные контракты. Франчайзинг. Поиски оптимального варианта взаимодействий франчайзера и франчайзи. Двухсторонний оппортунизм. Роль франшизы. Выбор оптимального франчайзингового контракта. Роялти и прибыли участников. Ценовые и неценовые вертикальные контракты. Вертикальное закрытие рынка и рыночная власть фирмы. Вертикализация и девертикализация рынков в цифровой экономике. Преимущества вертикальной интеграции перед вертикальными ограничительными соглашениями. Преимущества ВОС перед интеграцией. Теоретические модели и деловая практика: реальность России и зарубежный опыт. Частичная интеграция: достоинства и недостатки. Квазиинтеграция. Давальческие контракты (толлинг). Факторы, определяющие эффективность ресурсной стратегии компании.

ТЕМА 11: ИННОВАЦИОННЫЕ РЫНКИ

Инновации как экономический процесс. Особенности функционирования инновационных рынков. Оптимальное число фирм-инноваторов: позиция рынка и позиция общества. Гонка за патентом. Роль дженериков. Имитация и инновационный процесс. Стартапы, венчурный бизнес и виртуальные компании. Расходы на НИОКР (R&D) как фактор конкуренции.

Инновационные стратегии фирмы. Наступательная стратегия: доминирование фирмы-инноватора. Оборонительная стратегия и частичные улучшения в технологии. Стратегия имитации (копирования). Дженерики и патентованные лекарства. Стратегия следования за лидером. Стратегия подчиненности. Субконтракты и лицензирование в инновационной деятельности. Технологические стандарты и их отсутствие (несовместимость технологий) как барьеры входа на рынок.

Диффузия инноваций. Модель Мэнсфилда. S-образная кривая инноваций. Процессы перехода к новым технологическим параметрам производства, обмена, распределения и потребления. Инновации в условиях разных рыночных структур. Сравнительные преимущества крупных и мелких фирм. Стартапы и венчурные компании. Оптимальные инвестиции в НИОКР.

ТЕМА 12: ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Взаимосвязь структуры рынка и его результативности. Критерии результативности рынка. Проблемы оценки результатов функционирования рынка. Воздействие государства на функционирование рынка. Выбор между технологической и аллокативной, экономической и социальной эффективностью. Теоретическое обоснование политики регулирования и практика применения различных инструментов государственного воздействия. Российская действительность и зарубежный опыт (США, ЕС, Япония, страны БРИКС, страны Латинской Америки, Китай).

Промышленная политика государства. Задачи инициирования и поддержания прогрессивных структурных сдвигов в отраслевой экономике. Задача обеспечения конкурентоспособности национальных компаний на мировых рынках. Задача формирования благоприятной экономической среды для бизнеса. Технологическая и инновационная политика государства. Роль налоговой политики. Инвестиционное стимулирование. Воздействие промышленной политики на эволюцию рыночных структур.

Антимонопольная политика государства. Экономическое содержание и особенности правового регулирования. Отношение к соглашениям фирм, ограничивающим конкуренцию. Политика в отношении согласованных действий хозяйствующих субъектов. Политика поддержки конкуренции. Регулирование слияний и поглощений. Экономические и административные инструменты политики. Эволюция антимонопольных принципов, политики и законодательства. Возмещения и наказания при фиксировании цен участниками рынка. Понятие и законодательные признаки недобросовестной конкуренции. Закон по существу и правило разумности. Антитрестовское законодательство как ограничитель конкуренции. Доводы «за» и «против» конкурентной политики государства.

Проблемы соотношения политики поддержки конкуренции и промышленной политики. Сравнительный анализ государственного регулирования рынков: опыт США, ЕС, стран БРИКС, Японии и России. Соотношение национального и наднационального регулирования.

5. Образовательные технологии, в том числе перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательные технологии: проблемного обучения, технология развития критического мышления, рейтинговая.

При реализации различных видов учебной работы предусматривается использование активных и интерактивных форм занятий: разбор практико-ориентированных заданий, рейтинговая система, технология развития критического мышления.

Учебная работа проводится в форме дискуссий, групповой работы, решением ситуационных задач и другими.

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Информационно-развивающие технологии с использованием использование мультимедийного оборудования при проведении занятий.
2. Развивающие проблемно-ориентированные технологии: работа в команде, междисциплинарное обучение, обучение на основе опыта и другие.
3. Личностно ориентированные технологии обучения: консультации; «индивидуальное обучение»; опережающая самостоятельная работа; изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях; подготовка к докладам на студенческих конференциях.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: мультимедиа технологии; интерактивная доска, технологии смешанного обучения; интерактивные информационные технологии, поисковые системы.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа нацелена на изучение исследований и источников по теоретическим материалам дисциплины, подготовку к семинарским занятиям, конспектирование учебного материала, научных статей, написание рефератов, выполнение индивидуальных заданий, проработку лекционного материала, выполнение контрольной работы, подготовку к текущему контролю, промежуточному контролю.

Практические занятия строятся в форме обсуждения теоретического материала по плану и вопросам к теме, а также материалов, изученных студентами самостоятельно. Задача семинарских занятий – отработать теоретические знания на практике, поэтому программа занятий нацелена на отработку и формирование профессиональных навыков, которые студенты могут применять на практике.

Виды самостоятельной работы студентов:

1) Подготовка и защита реферата по предложенной теме.
2) Доклады и сообщения по тематике семинаров.
3) Выполнение практических заданий.
4) Контрольные работы.

В таблице п. 4.1 представлены формы текущего контроля успеваемости обучающихся. Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в приложении 1 к РП.

Доступ к методическим материалам самостоятельной работы студентов рабочей программы дисциплины «Экономика отраслевых рынков» осуществляется через сайт Шуйского филиала ИвГУ.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Для текущего контроля успеваемости используются практические задания, написание эссе, подготовка докладов и сообщений, написание реферата, Предложенные самостоятельные работы выполняются самостоятельно. Так при написании эссе по предложенным темам необходимо представить собственную точку зрения при раскрытии проблемы, как на теоретическом (в связях и с обоснованиями) уровне, так и на практическом конкретном материале.

Правила рейтинговой системы оценивания результатов обучения студентов по дисциплине «Экономика отраслевых рынков»

Вид работы	Количество баллов
Текущая работа 1	**0-24**
Устный ответ (опрос)	0-6
Работа на практических занятиях (подготовка докладов, выполнение практических заданий, решение задач и кейсов)	0-12
Активность на занятиях (дополнения, уточнения, исправления устного ответа товарища)	0-6
Текущий контроль 1 (контрольная работа)	**0-10**
Текущая работа 2	**0-24**
Устный ответ (опрос)	0-6
Работа на практических занятиях (подготовка докладов, выполнение практических заданий, решение задач и кейсов)	0-12
Активность на занятиях (дополнения, уточнения, исправления устного ответа товарища)	0-6
Текущий контроль 2 (контрольная работа)	**0-10**
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	**0-22**
Выполнение домашних заданий	0-22
Посещаемость (в случае, если студент посетил менее 50% учебных занятий, баллы не начисляются)	**0-10**
Промежуточный контроль (зачёт)	**0-30**
Итого	**0-100**
Премиальные баллы:	
Выступление на конференциях	1-10
Участие в конкурсах научных работ	1-5
Штрафы	

Нарушение сроков сдачи работ	минус 0,5-5
Отказ от ответа на семинаре	минус 0,5-2
Нарушения дисциплины на занятии	минус 1
Рейтинговая оценка по дисциплине	**максимум 100 баллов**

На зачете по дисциплине «Экономика отраслевых рынков» контролируемые знания, умения и владения, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, проверяются заданиями в тестовой форме и билетами, используется письменная форма проведения зачета, а также рейтинговая (накопительная) система оценивания результатов обучения. Максимальное количество баллов, которое возможно получить на зачете – 30 баллов.

Тестирование проводится на зачёте в течение 60 минут. Каждый вариант тест-билета содержит 30 заданий в тестовой форме.

Критерии оценки:

Каждое правильно выполненное задание оценивается 0,5 балла, максимальное количество баллов – 15.

Если по отдельной теме студент набирает количество баллов ниже зачётного, то тема считается неосвоенной и баллы в рейтинг не прибавляются.

Зачетный билет состоит из двух теоретических вопросов. Каждый вопрос оценивается 7,5 баллами, за два вопроса студент может набрать 15 баллов. При ответе на вопрос студенту необходимо переложить теоретические знания на практический конкретный пример, показать уровень сформированности компетенций (пороговый, базовый и повышенный уровень) - зачтено.

Критерии оценки на вопрос:

6-7,5 баллов, оценивается как «зачтено» и ставится студентам, которые при ответе:

- обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;
- демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;
- способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- владеют понятийным аппаратом;
- подтверждают теоретические знания примерами из практики.

4-5 баллов оценивается как «зачтено» и ставится студентам, которые при ответе:

- обнаруживают твёрдое знание программного материала;
- усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу;
- способны применять знание теории к решению задач профессионального характера;
- допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

2-3 балла оценивается как «зачтено» и ставится студентам, которые при ответе:

- в основном знают программный материал;
- в целом усвоили основную литературу;
- допускают существенные погрешности в ответе на вопросы.

0-1,5 баллов оценивается как «неудовлетворительно и ставится студентам, которые при ответе:

- обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
- допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы;
- демонстрируют незнание теории и практики предмета.

Очная форма обучения

Оценка результатов освоения дисциплины при рейтинговой системе оценивания формируется по 100-балльной шкале из результатов текущего контроля успеваемости и результатов, полученных на зачёте.

Оценка на зачете выставляется по следующей шкале:

Шкала оценки результатов освоения дисциплины «Экономика отраслевых рынков» при рейтинговой системе оценивания

Повышенный уровень	Базовый уровень	Пороговый уровень	Ниже порогового уровня
зачтено	зачтено	зачтено	не зачтено
85-100 баллов	71-84 балла	61-70 баллов	60 и менее баллов

Заочная форма обучения

Оценка на зачёте выставляется по следующей шкале:

Шкала оценки результатов освоения дисциплины «Экономика отраслевых рынков»

Повышенный уровень	Базовый уровень	Пороговый уровень	Ниже порогового уровня
зачтено	зачтено	зачтено	не зачтено
26-30 баллов	21-25 баллов	17-20 баллов	менее 17 баллов

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная и учебно-методическая литература:

- **основная литература:**

1. Иневатова, О. А. Региональные рынки : учебное пособие / О. А. Иневатова, С. А. Дедеева, Ю. А. Макарова ; Кафедра региональной экономики. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. – 204 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439003. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7410-1330-4. – Текст : электронный.
2. Рой, Л. В. Анализ отраслевых рынков : учебник для студентов высших учебных заведений / Л. В. Рой, В. П. Третьяк ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Экономический факультет. - Москва : ИНФРА-М, 2009. - 442 с. - (Учебники МГУ). - ISBN 978-5-16-002047-1 : 409-00.

- дополнительная литература:

1. Когденко, В. Г. Отраслевой анализ : учебное пособие / В. Г. Когденко ; Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ». – Москва : Юнити-Дана, 2022. – 208 с. : ил., табл. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690535. – Библиогр.: с. 192-196. – ISBN 978-5-238-03570-3. – Текст : электронный.
2. Матросов, С. В. Финансовый рынок : практикум : учебное пособие : [16+] / С. В. Матросов ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2023. – 120 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=721425. – Библиогр.: с. 104-105. – ISBN 978-5-00172-416-2. – Текст : электронный.
3. Мильчакова, Н. Н. Экономика отраслей и отраслевых рынков : учебно-методическое пособие (Практикум) для студентов направления 38.03.01 «Экономика» : [16+] / Н. Н. Мильчакова, С. А. Иванова ; Тюменский государственный университет. – Тюмень :

Тюменский государственный университет, 2018. – 58 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567427. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

4. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 195 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275940. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-1098-2. – Текст : электронный.
5. Региональная экономика : учебник / Г. Б. Поляк, В. А. Тупчиенко, Н. А. Барменкова [и др.] ; под ред. Г. Б. Поляка. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 464 с. : ил., табл. – (Золотой фонд российских учебников). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685581. – ISBN 978-5-238-02348-9. – Текст : электронный.
6. Самсонова, М. В. Экономика отраслевых рынков : практикум / М. В. Самсонова, Е. А. Белякова ; Кафедра экономики и организации производства. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. – 135 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330589. – ISBN 978-5-7410-1183-6. – Текст : электронный.
7. Финансовые рынки : учебник : [16+] / О. Н. Углицких, И. И. Глотова, Е. П. Томилина, Ю. Е. Сизон ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : АГРУС, 2024. – 368 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=721007. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9596-2039-4. – Текст : электронный.
8. Чуева, Л. Н. Экономика фирмы : учебник для студ. вузов / Л. Н. Чуева. - Москва : Дашков и К, 2007. - 416 с. - ISBN 5-91131-265-4 : 217-70

Интернет-ресурсы:

Портал гуманитарное образование: социально-гуманитарное и политическое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.humanities.edu.ru/ свободный.

Российское образование: Федеральный образовательный портал [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.edu.ru/ свободный.

Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru/ свободный.

Государственная поддержка малого предпринимательства. Кредитный портал. [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://www.kreditbusiness.ru/federal.html

Журнал Российское предпринимательство [Электронный ресурс]. - Режим доступа http://www.creativeconomy.ru/mag_rp/index.php?str=3&id=85

Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

Коллекция Шуйского филиала ИвГУ на национальном цифровом ресурсе «Руконт».

Программное обеспечение:

В процессе изучения дисциплины используются офисные пакеты Microsoft Office, Open Office, программа для просмотра и чтения файлов PDF Adobe Acrobat Reader DC, программа для воспроизведения флэш-анимации в браузерах Adobe Flash Player, вэб-обозреватели Google Chrome, Opera, Антивирус Касперского, 1С университет.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории.

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

3. Помещение для самостоятельной работы, оснащенное специализированной мебелью, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

5. Учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные презентации и электронные плакаты.

Автор рабочей программы дисциплины: Ю.С. Нанакина, доцент кафедры математики, информатики и методики обучения, кандидат экономических наук, доцент.

Программа рассмотрена на заседании кафедры математики, информатики и методики обучения «12» февраля 2026 г., протокол № 8

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____20 __ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Ю.С. Нанакина
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____20 __ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Ю.С. Нанакина
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____20 __ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Ю.С. Нанакина
(подпись)

Приложение 1.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Экономика отраслевых рынков»

Методические рекомендации для обучающихся по подготовке к практическим занятиям:

Готовясь к семинару, студенты должны:

- познакомиться с рекомендованной литературой;
- рассмотреть различные точки зрения по вопросу;
- выделить проблемные области;
- сформулировать собственную точку зрения;
- предусмотреть спорные моменты и сформулировать дискуссионный вопрос.

При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию. Но для того что бы правильно и четко ответить на поставленный вопрос необходимо правильно уметь пользоваться учебной, и дополнительной литературой.

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
- раскрытие сущности проблемы.
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

ТЕМА 1: ВВЕДЕНИЕ В КУРС. ПРЕДМЕТ И МЕТОД ЭКОНОМИКИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ.

История вопроса: появление экономики отраслевых рынков как особой сферы анализа и преподавания. Исходная парадигма «Структура – поведение – результативность» Гарвардской школы. Подход Чикагской школы. Австрийская школа. Эволюция взглядов на традиционную парадигму и предмет ЭОР. Сравнительный анализ различных концептуальных подходов к анализу рынков. Институциональный и контрактный подходы. Теоретико-игровые направления. Эволюционные концепции рынка. Поведенческая концепция. Стратегическая концепция. Управленческая концепция. Подход с точки зрения конкурентоспособности. Конкурентный анализ. Деловая экономическая разведка. Эндогенная теория рыночных структур. Эмпирическая отраслевая экономика.

Соотношение экономики отраслевых рынков и смежных областей. ЭОР в системе экономических дисциплин. Микроэкономика и ЭОР. Стратегический менеджмент и ЭОР. Корпоративное управление и ЭОР. Региональная экономика и ЭОР, Государственное управление и ЭОР. Междисциплинарные подходы. Три уровня ЭОР: базовые модели; теория отраслевых рынков; эмпирический анализ отраслевых рынков. Новые направления в данной области: новая эмпирическая экономика отраслевых рынков (New Empirical Industrial Organization, NEIO); новая индустриальная экономика (New Industrial Economics); концепция общих ценностей. Экономика цифровых рынков.

Методология анализа отраслевых рынков. Системный подход. Роль теоретических моделей, статистических данных, эконометрических исследований. Кейс-анализ проблем развития отрасли. Кейс-анализ проблем конкурентоспособности компании отрасли. Анализ жалоб участников рынка на недобросовестную конкуренцию (дела ФАС). Исторические подходы, анализ исторических практических ситуаций.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. М., Юрайт. 2023. Темы 1, 2, 5.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.1

ТЕМА 2: ОТРАСЛЕВЫЕ РЫНКИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Рынок как объект анализа в ЭОР. Границы рынка. Продуктовые рынки. Географические рынки. Временные рынки. Цифровые рынки. Классификация рынков по разным критериям. Рынок и отрасль: сходство и различия. Методы и стандарты отраслевых классификаторов: Россия и зарубежный опыт. Связывающие, дополняющие и поддерживающие отрасли. Пространственные границы рынка и степень интеграции локальных рынков в национальные и глобальные цепочки создания стоимости. Экономическая среда бизнеса.

Критерии выделения релевантного рынка. Индексы перекрестной ценовой продуктовой и пространственной эластичности. Правила SSNIP (тест гипотетического монополиста). Модификации теста гипотетического монополиста для случая рынков с нулевой ценой. Корреляция цен товаров. Технологические границы рынка. Заменяемость оборудования и ресурсов в производстве. Оценки локализации процессов производства и потребления. Понятие стратегического рынка.

Типы рыночных структур. Факторы, определяющие структуру рынка. Роль эффекта масштаба и технологических новаций. Крупномасштабное производство как реальность современной экономики. Значимость стохастических факторов рынка. Процесс Жибра. Базовые рыночные структуры современной экономики. Исследование прямых и обратных взаимосвязей в отрасли. Современные подходы к анализу рыночных конфигураций. Теория границ Саттона. Фрагментированный и концентрированный рынки. Анализ рыночного поведения с точки зрения эволюционных процессов. Теория жизненного цикла отрасли. Стратегический рынок (модель Кея). Анализ конкурентной среды. Benchmarking: определение места компании в ряду других фирм рынка.

Концентрация и рыночная власть. Отраслевая, рыночная и географическая концентрация фирм. Показатели концентрации. Проблема интерпретации индексов концентрации. Факторы, отвечающие за уровень концентрации на рынке. Рыночная власть фирмы: определение, типы, последствия. Показатели рыночной власти. Демография фирм. Крупные, средние и мелкие фирмы на рынке. Поведение доминирующей фирмы в конкурентном окружении: влияние на отраслевую концентрацию. Эмпирические исследования отраслей с рыночной властью отдельных фирм. Концентрация в рамках промышленных региональных кластеров.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 3.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.2.

ТЕМА 3: ФИРМА КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ РЫНОЧНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

Фирма и рынок как альтернативные способы производства, обмена, распределения и потребления, как альтернативные механизмы организации экономических взаимодействий. Аллокативные принципы фирмы и рынка. Альтернативные цели фирмы и варианты поведения

компании на рынке. Экзогенность и эндогенность выбора параметров поведения. Ограничения на рост фирмы. Фирма как механизм распределения имущественных прав. Специфические активы и стимулы к инвестированию.

Эволюция фирмы. Внутренняя иерархия компании: от рабочего места к заводу. Одно- и многопродуктовые фирмы. Холдинги. Стратегические союзы фирм. Экосистемы бизнеса в цифровой экономике. Параметры деятельности фирмы. Критерии эффективности функционирования компании. Предпринимательство и конкурентоспособность. Факторы устойчивых конкурентных преимуществ фирмы.

Различные подходы к анализу деятельности фирмы. Технологический (микроэкономический) подход. Поведенческая теория фирмы. Контрактный подход. Подход с точки зрения теории игр. Динамические теории фирмы. Пространственная локализация бизнес-единиц. Менеджериальные теории фирмы. Множественность управленческих целей. Фирма как коалиция интересов. Роль стейкхолдеров. Модель Баумоля. Модель Марриса. Модель Милгрома и Робертса. Проблема «заказчик-исполнитель». Поиски адекватных инструментов для предотвращения оппортунизма менеджеров. Пределы поведения, отклоняющегося от максимизации прибыли. Способы гармонизации интересов внутри и вне фирмы. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на поведение фирмы и рыночные структуры.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Экономика фирмы. М., Юрайт. 2023.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 1.

ТЕМА 4: КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Конкуренция в экономике и ее отражение в концепциях экономики отраслевых рынков. Различные подходы к пониманию конкуренции. Добросовестная и недобросовестная конкуренция. Эффективная конкуренция. Излишняя (чрезмерная) конкуренция. Критерии конкурентного поведения. Проблемы измерения интенсивности конкуренции.

Виды монополи. Технологическая (естественная) монополия. Ресурсная монополия. Инновационная (патентная) монополия. Государственная франшизная монополия. Стратегическая монополия. Особенности возникновения и поведения. Двухсторонняя монополия на продуктовом рынке. Источники монопольной власти и факторы, ее ограничивающие. Модель уравновешивающих сил на монопольном рынке.

Монополия и монопсония. Поведение недискриминирующего монополиста на различных рынках: однопродуктовый и многопродуктовый монополист; монополист на рынках товаров длительного пользования; ресурсный монополист. Монополия на двухсторонних рынках. Монополия в цифровой экономике: новые форматы рыночной власти. Оценки последствий монопольного поведения. Факторы, неучтенные при традиционном подсчете чистых потерь. Альтернативные издержки монополизации. Полные затраты общественных ресурсов на устранение монопольных эффектов. Сравнительный анализ эффективности рынка в условиях конкуренции и монополии. Оценка X-эффективности.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 3.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.2.

ТЕМА 5: ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ

Естественная монополия как самостоятельная структура рынка. Причины монопольной «естественности» в отрасли. Проблемы выбора между технологической и аллокативной эффективностью. Роль первоначальных капитальных затрат и эффекта

масштаба. Субаддитивность издержек. Невозможность и нежелательность конкурентного рынка в такой отрасли. Примеры отраслей естественной монополии. Модель нерегулируемой отрасли естественной монополии. Глобальная и локальная естественная монополия.

Различные варианты регулирования отрасли естественной монополии. Необходимость отдельного закона в отношении регулирования естественной монополии. Реестр фирм – естественных монополистов. Ценовые варианты регулирования. Конкурентная (предельная) цена. Проблемы инфлятирования издержек и качества услуг фирмы – естественного монополиста. Цена Рамсея. Двухчастный тариф. Регулирование нормы доходности. Эффект Аверча-Джонсона.

Неценовые методы регулирования. Конкуренция за рынок монополии (конкуренция Демзеца). Проблемы конкурентных торгов (аукциона). Реорганизация отрасли (раздробление фирмы-монополиста). Контроль качества продукции фирмы-монополиста. Национализация компании. Прикрепление потребителей к обязательному обслуживанию. Надзор государства за сделками естественного монополиста. Гос. надзор за инвестициями естественного монополиста. Свободный доступ к информации о деятельности естественного монополиста.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.5.

ТЕМА 6: БАРЬЕРЫ ВХОДА-ВЫХОДА И ДИНАМИКА РЫНКА

Барьеры входа на рынок: определение, классификация, последствия. Типы рынков по отношению к величине барьеров входа. Барьеры входа и барьеры успеха компании в отрасли. Вход и укоренение на рынке. Успешность и неуспешность проникновения на рынок.

Нестратегические (экзогенные) барьеры входа. Роль капитальных затрат. Абсолютное и относительное преимущество в издержках. Институциональные барьеры. Государство как барьер входа на рынок. Лицензирование и патентирование как барьеры входа. Модели Стиглера, Демзеца, Вайцзекера.

Стратегические (эндогенные) барьеры входа. Анализ стратегий предотвращения входа. Ценообразование, ограничивающее вход. Модель Бейна. Модель Модильяни. Закрытие рынка для конкурентов. Роль стратегического выбора фирм-старожилов и фирм-новичков. Стратегические инвестиции. Модель Спенса-Диксита. Достоверная и недостоверная угроза. Война на истощение. Анализ стратегий вытеснения конкурента с рынка. Грабительское ценообразование. Роль барьеров выхода. Эффект «безбилетника» в стратегиях блокирования входа. Альтернативные стратегии взаимодействия старожила с потенциальным конкурентом (фирмой-новичком). Допуск новичка на рынок. Ограничения на вход на основе размещения предприятий. Стратегии успешного входа на рынок. Репутация «жесткого» конкурента.

Соревновательные (квазиконкурентные) рынки. Модель Баумоля. Роль потенциальной конкуренции. Оценка издержек входа. Динамика рынка и устойчивое равновесие отрасли. Слияния и поглощения как факторы динамики рынка. Мотивы слияний и поглощений. Факторы успешности и неуспешности корпоративных слияний. Дружественные и враждебные поглощения. Способы защиты от нежелательного вторжения. Альтернативные формы реорганизации бизнеса. Рейдерство и передел собственности. Анализ бизнес-примеров.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 4.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.3.

ТЕМА 7: ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ, ОБЛАДАЮЩЕЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТЬЮ

Определение и форматы ценовых стратегий: общая характеристика. Фирмы-ценополучатели и фирмы-ценоискатели: выбор стратегии поведения. Стратегия предельного ценообразования. Сравнение стратегии монопольной единой цены и стратегий ценовой вариабельности. Клубное ценообразование. Стратегии аукционного ценообразования. Ценообразование по пиковой нагрузке. Межвременная ценовая стратегия. Эффект запутывания (obfuscation). Персонализированные цены. Трансфертные цены: роль в национальных и транснациональных компаниях.

Ценообразование взаимосвязанных товаров. Выбор цен при чистом комплектовании. Выбор цен при смешанном комплектовании. Пакетирование и распакетирование. Пространственная сегментация и географические зональные цены. Пространственное ценообразование. Ценовая дискриминация на основе различий в транспортных издержках. Ценообразование на основе базисных пунктов.

Стратегическое ценообразование: виды и последствия. Затратное ценообразование (по издержкам): «издержки плюс». Ценообразование на основе ценности товара. Особенности ценообразования индустриальных товаров и оборудования. Метод пробных образцов. Ценообразование в розничной торговле. Создание ценового имиджа магазина. Роль производителя: установление рекомендуемого диапазона или уровня розничной цены. Эффект выравнивания цен (price lining). Роль среднего размера покупки (среднего чека). Двойные цены. Ценообразование в сфере услуг. Ступенчатое ценообразование.

Цена как индикатор качества товара. Модели гедонистического ценообразования.

Эффект престижа. Ценообразование товаров роскоши. Стратегии ценообразования на новый товар. Стратегия высокой цены (цена «снятия сливок»). Стратегия низкой цены (цена «проникновения»). Стратегия средних цен. Стратегия неизменных цен. Сегментирование покупателей на основе восприятия ценности товара и его цены. Покупатели, ориентированные на удобства. Покупатели, ориентированные на цену. Покупатели, ориентированные на ценность. Покупатели, ориентированные на взаимоотношения.

Психологические особенности ценообразования. Эффект Вебера-Фехнера. Эффект "странных цифр". Эффект «якоря». Эффект референтной цены. Эффект сложности сравнения. Обоснование оптимального выбора ценовой стратегии. Влияние ценовых стратегий на общественное благосостояние. Отношение государства к разным видам ценовых стратегий компаний.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 5.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.8.

ТЕМА 8: ПРОДУКТОВЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ, ОБЛАДАЮЩЕЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТЬЮ

Товар как набор характеристик. Цена и качество товара как стратегические компоненты поведения фирмы. Качество товара/услуги; разные торговые марки; местоположение продавца; время продажи; время потребления; доступность товара (наличие на полке; наличие дополнительных условий покупки/продажи); безопасность товара; сложность товара; наличие у потребителей информации о товаре и его качестве (эффект репутации); реклама как факторы продуктовой дифференциации и продуктовой стратегии фирмы. Измерение степени продуктовой дифференциации. Индекс Ротшильда.

Горизонтальная продуктовая дифференциация. Вертикальная продуктовая дифференциация. Реклама и информация как факторы продуктовой дифференциации. Роль рекламы в стратегии фирмы. Сравнение эффективности продуктовых стратегий (с точки

зрения бизнеса и с позиции общественного благосостояния) в разных моделях. Модель рынка с монополистической конкуренцией. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модель Ланкастера. Модель Хотеллинга (линейный город) при разных вариантах поведения фирмы–старожила (раздел рынка; захват всего рынка одной фирмой; нишевая стратегия локального размещения). Разрывы в функциях спроса (модель Даспремонта-Габзевича-Тиса). Равновесие в чистых и смешанных стратегиях. Модель Салопа (круговой город): долгосрочный и краткосрочный аспекты. Роль разных форматов транспортных расходов. Модель Саттона (вертикальная дифференциация). Модель рекламы Дорфмана-Штайнера.

Стратегическая продуктовая дифференциация. Развитие продуктовой линейки. Роль торговой марки и бренда. Создание и поддержание эффекта лояльности потребителей к фирме и бренду. Современные стратегии: стратегия продуктового доминирования; стратегия нишевого устойчивого развития; стратегия продуктового первооткрывателя; стратегия продуктового приспособления. Продуктовая дифференциация на цифровых рынках.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.9
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 4, 6.

ТЕМА 9: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КРУПНЫХ ФИРМ НА РЫНКЕ

Многообразные подходы к моделированию олигопольных рынков. Моделирование стратегической взаимозависимости олигополистов. Функции реакции при разных форматах ожиданий (предположительных вариаций). Выбор типа конкуренции: количественная, ценовая, смешанная. Форматы лидерства: абсолютный лидер рынка; стратегии претендента; стратегии следования за лидером. Индекс Линда как оценка степени концентрации на рынке с доминирующей фирмой. Положение и роль крупнейших компаний в современной национальной и глобальной экономике.

Некооперативные (конкурентные) взаимодействия крупных фирм. Равновесие и динамика в модели Курно с N-фирмами и предположительными вариациями. Роль асимметрии издержек. Модель Эджуорта. Ценовые войны. Количественные разборки и стратегические инвестиции в излишние мощности. Стратегии сознательного подражания (осознанного параллелизма). Сетевые олигополии. Олигопольные стратегии на рынках с сетевыми товарами. Олигополия на рынках промежуточных товаров. Олигопсония: модели, последствия, противодействие. Устойчивость позиции лидера: стратегия и тактика на олигопольном рынке. Эффект «ценового зонтика». Диверсификация как стратегия олигопольной конкуренции. Циклическая конкуренция. Роль продуктовой неоднородности. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы (модель Гаскинса). Модель двухсторонней олигополии.

Кооперативные взаимодействия крупных фирм. Соглашения олигополистов: формы и механизмы поддержания. Ценовой сговор. Неформальные договоренности. Явные соглашения (механизм действия ОПЕК). Фокальные точки для кооперации действий фирм. Открытые соглашения: совместные предприятия, торговые и промышленные ассоциации, стратегические альянсы. Промежуточные соглашения: сотрудничество в одном, конкуренция в другом. Модели стабильности картеля. Модель Зелтена. Факторы, облегчающие и затрудняющие формирование и поддержание картельных соглашений. Модель картеля в краткосрочном и долгосрочном периодах: сравнительный анализ. Модель картеля как повторяющейся игры. Триггерные стратегии. Выигрыш фирмы – нарушителя. Эвристическое ценообразование как инструмент координации действий олигополистов. Динамика кооперативные взаимодействий в ходе циклического развития экономики. Модель картелей, стабилизирующих цены. Поощрение картелизации экономики в ответ на кризис.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.6, 8.

ТЕМА 10: РЕСУРСНЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ

Цепочка создания стоимости. Способы приобретения ресурсов и сбыта продукции: сравнительный анализ. Наличный рынок (краткосрочные контракты). Долгосрочные контракты (включая вертикальные ограничительные контракты). Вертикальная интеграция (производство ресурсов в самой компании). Преимущества и ограничения каждого способа приобретения ресурсов. Выбор ресурсной стратегии.

Вертикальная интеграция: варианты, формы, стимулы. Интеграция ресурса, интеграция продукта, комплексная (сбалансированная) интеграция. Мотив трансакционных издержек и роль специфических активов. Специфика местоположения; специфическое оборудование или части изделий; специфический человеческий капитал; специфические навыки и знания квалифицированного персонала фирмы. Технологические детерминанты интеграции. Роль институциональных факторов и неполных контрактов. Влияние фактора неопределенности на интеграционные процессы. Модель двойной экономической надбавки (монопольной прибыли) при разных структурах исходного рынка. Стратегия вертикальной интеграции как противодействие рыночной власти контрагента. Ограничения на рост масштабов вертикальной фирмы. Стратегические выгоды от интеграции. Стратегические издержки интеграции. Последствия вертикальной интеграции для бизнеса, отраслевых структур и общественного благосостояния.

Вертикальные ограничительные соглашения (долгосрочные контракты ограничительного характера) (ВОС). Проблема «безбилетника» со стороны партнеров по бизнесу. Проблемы координации торговцев одного производителя. Инструменты вертикальных контрактов. Двухчастные тарифы. Контроль уровня розничной цены. Квоты розничных продаж. Исключительные контракты. Франчайзинг. Поиски оптимального варианта взаимодействий франчайзера и франчайзи. Двухсторонний оппортунизм. Роль франшизы. Выбор оптимального франчайзингового контракта. Роялти и прибыли участников. Ценовые и неценовые вертикальные контракты. Вертикальное закрытие рынка и рыночная власть фирмы. Вертикализация и девертикализация рынков в цифровой экономике. Преимущества вертикальной интеграции перед вертикальными ограничительными соглашениями. Преимущества ВОС перед интеграцией. Теоретические модели и деловая практика: реальность России и зарубежный опыт. Частичная интеграция: достоинства и недостатки. Квазиинтеграция. Давальческие контракты (толлинг). Факторы, определяющие эффективность ресурсной стратегии компании.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.7.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 3.

ТЕМА 11: ИННОВАЦИОННЫЕ РЫНКИ

Инновации как экономический процесс. Особенности функционирования инновационных рынков. Оптимальное число фирм-инноваторов: позиция рынка и позиция общества. Гонка за патентом. Роль дженериков. Имитация и инновационный процесс. Стартапы, венчурный бизнес и виртуальные компании. Расходы на НИОКР (R&D) как фактор конкуренции.

Инновационные стратегии фирмы. Наступательная стратегия: доминирование фирмы-инноватора. Оборонительная стратегия и частичные улучшения в технологии. Стратегия

имитации (копирования). Дженерики и патентованные лекарства. Стратегия следования за лидером. Стратегия подчиненности. Субконтракты и лицензирование в инновационной деятельности. Технологические стандарты и их отсутствие (несовместимость технологий) как барьеры входа на рынок.

Диффузия инноваций. Модель Мэнсфилда. S-образная кривая инноваций. Процессы перехода к новым технологическим параметрам производства, обмена, распределения и потребления. Инновации в условиях разных рыночных структур. Сравнительные преимущества крупных и мелких фирм. Стартапы и венчурные компании. Оптимальные инвестиции в НИОКР.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.10.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 7.

ТЕМА 12: ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Взаимосвязь структуры рынка и его результативности. Критерии результативности рынка. Проблемы оценки результатов функционирования рынка. Воздействие государства на функционирование рынка. Выбор между технологической и аллокативной, экономической и социальной эффективностью. Теоретическое обоснование политики регулирования и практика применения различных инструментов государственного воздействия. Российская действительность и зарубежный опыт (США, ЕС, Япония, страны БРИКС, страны Латинской Америки, Китай).

Промышленная политика государства. Задачи инициирования и поддержания прогрессивных структурных сдвигов в отраслевой экономике. Задача обеспечения конкурентоспособности национальных компаний на мировых рынках. Задача формирования благоприятной экономической среды для бизнеса. Технологическая и инновационная политика государства. Роль налоговой политики. Инвестиционное стимулирование. Воздействие промышленной политики на эволюцию рыночных структур.

Антимонопольная политика государства. Экономическое содержание и особенности правового регулирования. Отношение к соглашениям фирм, ограничивающим конкуренцию. Политика в отношении согласованных действий хозяйствующих субъектов. Политика поддержки конкуренции. Регулирование слияний и поглощений. Экономические и административные инструменты политики. Эволюция антимонопольных принципов, политики и законодательства. Возмещения и наказания при фиксировании цен участниками рынка. Понятие и законодательные признаки недобросовестной конкуренции. Закон по существу и правило разумности. Антитрестовское законодательство как ограничитель конкуренции. Доводы «за» и «против» конкурентной политики государства.

Проблемы соотношения политики поддержки конкуренции и промышленной политики. Сравнительный анализ государственного регулирования рынков: опыт США, ЕС, стран БРИКС, Японии и России. Соотношение национального и наднационального регулирования.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Темы 6-10.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.4, 5.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ (ПРИМЕРЫ):

ЗАДАНИЕ 1: УПРАЖНЕНИЕ НА КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ СИТУАЦИИ, СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

1. О каком (каких) рынке – по всем классификациям – идет речь в этом аналитическом отрывке?
2. Какие возможные форматы поведения типичной фирмы мы можем ожидать на этом рынке?

«Молоко – это полезный и важный продукт питания, и рынок молока – это один из важнейших российских продовольственных рынков. Молоко и молочные продукты составляют около 15% минимального набора продуктов, необходимых человеку. Производство молока в мире выросло и составляет сейчас примерно 675 млн. т в год. Движущей силой в отрасли становятся хорошая продуктивность и высокие мировые цены. Это относится к развитым и развивающимся странам. В некоторых странах этой группы рост производства очень высок – 8% в Аргентине, 18% - в Китае, 3% - в Бразилии, 3% - в Индии. Доля ЕС в мировой торговле молочными продуктами постоянно сокращается. В конечном счете, ЕС может уступить свои позиции крупнейшего экспортера молочной продукции в количественном выражении Новой Зеландии».

Источник: Серова Е., Карлова Н. Рынок молока и молочных продуктов. Российская Федерация. Европейский банк реконструкции и развития. Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН. Доклад №2. ФАО. 2010.

ЗАДАНИЕ 2: УПРАЖНЕНИЕ НА ОЦЕНКУ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПАРАМЕТРОВ РЫНКА, РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

По расчетам ФАС, на территории пяти федеральных округов (Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Уральский) группа «Евроцемент» производит более 50% цемента. Можно ли на основании данной информации отнести компанию «Евроцемент» к доминирующей фирме? Какая еще информация вам необходима для того, чтобы принять компетентное решение?

ЗАДАНИЕ 3: КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА, ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

Рассмотрим рыночный спрос, описанный уравнением: $P = 100 - (q_1 + q_2)$, где q_1 – выпуск укоренившейся фирмы, а q_2 – выпуск потенциальный выпуск входящей в отрасль фирмы.

Функция общих издержек укоренившейся фирмы равна: $C(q_1) = 40q_1$, а функция фирмы-новичка составляет: $C(q_2) = 100 + 40q_2$, где 100 – затраты на вход в отрасль. Фирма-новичок наблюдает уровень выпуска укоренившейся фирмы, предполагая, что такой выпуск будет поддерживаться и дальше. Каков минимальный уровень выпуска укоренившейся фирмы, удерживающий фирму-новичка от входа в отрасль?

ЗАДАНИЕ 4: КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

Спрос на услуги телефонной сети в городе задана функцией Q = 1000 - 50P, где Q - число домохозяйств, покупающих эти услуги, P - ежемесячная абонентская плата. Функция издержек управляющей этой сетью компании имеет вид: TC = 500ln (0,1Q - 20), Q>20

A. Доказать, что это естественная монополия.

B. Государство устанавливает цену на предельном уровне, какова будет цена, выпуск производителя? Субсидию какого размера должно выплатить государство монополисту?

C. Государство хочет применить для данной отрасли контроль цен по методу Рамсея. Целесообразно ли это делать? С какими дополнительными проблемами и издержками столкнется государство в этом случае?

ЗАДАНИЕ 5: РАСЧЕТ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЫНКА

Рассмотрим две отрасли, в каждой из которых по 10 фирм. В отрасли А рыночная доля самой крупной фирмы равна 49%. Рыночные доли следующих трех фирм составляют по 7%, а оставшиеся шесть фирм имеют равные 5-%-ные доли. В отрасли В 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.

A. Рассчитайте уровень концентрации (CR4) и коэффициент HHI для каждой отрасли. Сравните эти показатели по отраслям. Структура какой отрасли более конкурентна? Какой показатель, по вашему мнению, отражает это лучше? Объясните.

B. Можно ли охарактеризовать конкуренцию и концентрацию в отраслях, не используя показатели концентрации? Какой рынок, скорее всего, будет более концентрированным и менее конкурентным? Почему? Обоснуйте свой ответ.

C. Теперь допустим, что три вторые по величине фирмы в отрасли А объединили свои операции, сохранив за собой долю рынка в 21%. Пересчитайте HHI для отрасли А. Как изменится уровень концентрации в отрасли? Допустит ли антимонопольный орган это слияние?

Тематика Эссе:

1. Оценка эффективности антимонопольной политики государства.
2. Оценка эффективности внешнеторговой политики государства.
3. Применение методов ценовой дискриминации в современных рыночных условиях.
4. Реклама как метод конкурентной борьбы на рынке дифференцированного продукта.
5. Слияния и поглощения (на примере отдельных отраслей мировой и российской экономики).
6. Стратегии проникновения международных корпораций на новые рынки.
7. Конкурентоспособность российских товаропроизводителей на международных рынках.
8. Влияние фактора НТП на стратегии фирм в высокотехнологичных отраслях.
9. Естественные монополии, эффективность государственного регулирования их деятельности.
10. Качество продукта и его место в отраслевых стратегиях.
11. Стратегическое взаимодействие крупных товаропроизводителей на мировом рынке.
12. Современные методы установления барьеров входа в отрасль.
13. Структура отраслевого рынка, основные экономические субъекты и их стратегии.
14. Воздействие ценовой политики фирм на структуру отраслевого рынка.

Критерии оценки эссе:

1) представление собственной точки зрения (позиции, отношения) при раскрытии проблемы (1б.);

2) раскрытие проблемы на теоретическом (в связях и с обоснованиями) уровне, с корректным использованием экономических понятий в контексте ответа (2б.); проблема раскрыта с корректным использованием экономических терминов и понятий в контексте ответа, теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются (1,5 б.); проблема раскрыта при формальном использовании экономических терминов (1б.); проблема раскрыта на бытовом уровне (0,5 б.);

3) аргументация своей позиции с опорой на факты (экономические, политические, социальные) или собственный профессиональный (социальный) опыт (2б.); аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы (0,5 б.).

ПОДГОТОВКА И ЗАЩИТА РЕФЕРАТА

Темы рефератов

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 монопсония, 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 Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого индекса.
7. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), эффект крупного капитала, эффект крупномасштабных методов стимулирования сбыта.
8. Факторы, определяющие структуру рынка: случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.
9. Фирма: определения и признаки. Основные концепции фирмы
10. Проблемы, возникающие при принятии 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 дебеторов.
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.
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 трансакционных 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 демонополизации.
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).
76. Модели пространственной дифференциации товара. Круговая модель Салопа.

Требования к реферату

Объем – 10-15 страниц.

Источники: необходимо использовать в реферате не менее пяти источников (ссылки на эти источники обязательны!).

Структура реферата

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение
4. Основная часть

4.1…..

4.2…..
5. Заключение
6. Список литературы

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ)

На итоговых занятиях (включая лекции и семинары) проводится небольшой опрос в письменной форме (на 3-5 минут) по предыдущей или текущим темам. Вопросы могут носить как количественный, так и качественный характер. Проверяется знание студентом материала предыдущей и текущей темы и понимание практического применения изучаемой теории.

Тематика:

1. Концепции геомаркетинга и ее место в изучении механизмов регионального потребительского рынка.
2. Экономические регионы РФ.
3. Региональная и отраслевая экономическая интеграция.
4. Межрегиональные экономические связи.
5. Экономическая интеграция в современном мире.
6. Цели отраслевой политики государства
7. Антимонопольная политика государства. Международный опыт.
8. Антимонопольная политика в России

ПРИМЕР ГРУППОВОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ:

Каковы отличительные признаки соревновательного рынка?

Групповой Проект

Цели Проекта:

- научить студентов действовать в сложных экономических условиях и нестандартных ситуациях;
- развить у студентов навыков аналитического, проектного и организационного мышления;
- усилить практическую составляющую обучения;
- научить студентов понимать и анализировать происходящие в отрасли экономические процессы;
- развить умение работать с информацией;
- научить студентов принимать обоснованные решения в различных ситуациях и с разных точек зрения (с учетом разнонаправленных и, возможно, противоречивых интересов сторон).

Организация Проекта:

Студенты учебной группы разбиваются на мини-команды по 3-4 человека. Команда участников будет стабильной на протяжении всего процесса обучения по данной дисциплине. Команда анализирует отраслевой рынок с одной из предложенных позиций: (1) консультанта государства по промышленной политике; (2) консультанта государства по антимонопольной политике; (3) бизнес-аналитика отраслевого рынка; (4) корпоративного консультанта по антимонопольному комплаенсу; (5) корпоративного консультанта по стратегическому развитию. Позиции команды могут меняться в процессе обучения.

Задачи команды:

В ходе обучения командам даются домашние задания по анализу различных сторон функционирования отраслевых рынков (отраженных в тематике дисциплины). Команда должна проанализировать проблемы продуктового или регионального рынка со своей специфической позиции и предложить их решение, опираясь на инструментарий ЭОР. На занятии команда делает соответствующий доклад. Предполагается пять этапов анализа рынка с финальной презентацией в конце курса. За каждый этап команда может получить до 0 до 10

баллов. За итоговую презентацию команда получает максимум 20 баллов. Всего за Проект команде начисляется максимально (5х10+20) = 70 баллов. Полученное число баллов зачисляются индивидуально каждому участнику команды, но если команда считает, что кто-то работал лучше, а кто-то отлынивал, то по общему решению данной команды (выраженному в письменном виде) количество баллов может быть перераспределено внутри команды. Рынки для проектного анализа подбираются преподавателем, исходя из актуальности отраслевого анализа, с учетом мнения студентов.