

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bfff679172803da5b7b5598c68e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Экономический факультет
Кафедра экономической теории

Согласовано управлением организации и
контроля качества образовательной
деятельности

« 30 » _____ 2019 г.
Начальник управления _____

/М.А. Миненкова /

Одобрено учебно-методическим советом

Протокол « 21 » _____ 2019 г. № 06

Председатель _____



Рабочая программа дисциплины

Теория и анализ отраслевых рынков

Направление подготовки

44.04.01 Педагогическое образование

Программа подготовки:

Социально-экономическое образование

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Согласовано учебно-методической комиссией
экономического факультета

Протокол « 22 » _____ 2019 г. № 11

Председатель УМКом _____

/Н.М. Антипина/

Рекомендовано кафедрой экономической
теории

Протокол от « 21 » _____ 2019 г. № 10

Зав. кафедрой _____

/С.В. Шкодинский /

Мытищи

2019

Автор-составитель:
Малиновский Л.Ф. кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины «Теория и анализ отраслевых рынков» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 22.02.2018 г. № 126.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2018,2019

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Планируемые результаты обучения	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3.	Объем и содержание дисциплины	4
4.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	8
5.	Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	17
6.	Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	37
7.	Методические указания по освоению дисциплины	38
8.	Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	38
9.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	38

1. ПЛАНИРУЕМЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Теория и анализ отраслевых рынков» является формирование системы теоретических знаний, практических умений и навыков в области научно-исследовательской и аналитической деятельности магистрантов по исследованию и прогнозированию основных тенденций развития отечественных и мировых отраслевых, межотраслевых и региональных рынков, поведения хозяйствующих субъектов в условиях глобализации, конкуренции и монополизации экономического пространства.

Задачи освоения учебной дисциплины:

- сформировать у магистрантов систему научных знаний о предмете «Теория и анализ отраслевых рынков», изучающем условия, факторы и результаты развития экономических процессов и явлений на отраслевом и межотраслевом уровнях;
- раскрыть условия и последствия поведения субъектов хозяйствования в условиях ограниченных ресурсов и выбора ими оптимальных вариантов решения производственных и коммерческих задач;
- раскрыть сущность экономических явлений и процессов на отраслевом и межотраслевом уровнях экономики;
- показать закономерный характер развития экономических процессов и явлений;
- углубить теоретические основы и практические навыки оценки и анализа экономических процессов на отраслевом и межотраслевом уровнях для формирования современного экономического мышления.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

ДПК – 1. Способен к организации самостоятельной работы обучающихся по образовательным программам в образовательных организациях соответствующего уровня образования

2.МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Для изучения учебной дисциплины «Теория и анализ отраслевых рынков» необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Микроэкономика (продвинутый курс)»; «Макроэкономика (продвинутый курс)»; «Модели развития экономических систем».

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной: «Региональная экономика и управление», «Поведенческая экономическая теория».

Место дисциплины в профессиональной подготовке магистранта связано с комплексным подходом, при котором конкретизируются знания и умения, полученные в процессе изучения базовых экономических (общепрофессиональных) дисциплин, специализированных курсов с целью более полного и глубокого понимания экономической политики государства в современных условиях перехода к цивилизованным рыночным отношениям.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Кол-во часов
Объем дисциплины в зачетных единицах	3
Объем дисциплины в часах	108
Контактная работа:	20,2
Лекции	4
Практические занятия	16
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет с оценкой	0,2
Самостоятельная работа	80
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой в 3 семестре.

3.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов (тем) дисциплины с кратким содержанием	Количество часов	
	Лекции	Практические занятия
Тема 1. Предмет курса «Экономика отраслевых рынков». Становление и этапы развития теории отраслевых организаций. Методология исследования рыночных структур. Место «Экономики отраслевых рынков» в анализе рыночных структур. Гарвардская и чикагская традиции в исследовании рыночных структур. Исходная парадигма гарвардской традиции «Структура – поведение – результативность». Место «Экономики отраслевых рынков» в сфере выработки стратегического поведения фирм, регулировании отраслевого поведения фирм, определения промышленной и отраслевой политики государства. Общий анализ отраслевого рынка на основе концепции «Структура–поведение–результативность» на примере отраслей промышленности России.	-	1
Тема 2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению Фирма. Современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подход. Рынок. Классификация рынков, идентификация границ. Отрасль. Классификация отраслей, структура отрасли. Отраслевой рынок. Показатели размера фирмы.	0,5	1

Тема 3. Обобщенные рыночные структуры. Классификация рыночных структур. Совершенная конкуренция. Рыночная структура и ее основные черты. Влияние отдачи от масштаба на равновесие. Ценообразование на уровне предельных затрат и его влияние на общественное благосостояние. Монополия. Виды монополий. X – неэффективность монополии. Общественные издержки существования монополии.	0,5	2
Тема 4. Монопольная власть и показатели измерения. Монопольная власть. Определение, проявления, нормальная и экономическая прибыль. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Коэффициент (индекс) Лернера. Коэффициент Тобина (q – Тобина). Коэффициент Папандреу.	0,5	2
Тема 5. Рынки однородных продуктов. Модель Курно. Конкуренция в объеме выпуска. Функции лучшей реакции. Равновесие в модели. Модель для двух и N участников. Влияние числа фирм на благосостояние. Модель с неоднородными фирмами. Модель лидера-ведомого Штакельберга. Преимущество первого хода и равновесие. Воздействие на благосостояние. Модель Бертрана. Ценовая конкуренция. Существование равновесия. Влияние производственных ограничений, циклы Эджворта. Условия ценообразования выше предельных затрат. Модель доминирующей фирмы Форхаймера. Условия реализации доминирования. Статическое и динамическое ценообразование. Модель «самоубийственного ценообразования» доминирующей фирмы. Сравнительный анализ моделей. Влияние ограниченности производственных мощностей. Возможность и устойчивость сговора. Динамические стратегии.	0,5	2
Тема 6. Рынки неоднородных продуктов. Дифференциация продукта. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукции, подходы к измерению степени дифференциации продукции. Простейшие модели. Эффекты собственной и перекрестной цены. Количественные и Ценовые игры при неоднородных продуктах, модификация моделей Курно и Бертрана. Модель последовательных действий. Монополистическая конкуренция. Фирмы и торговые марки. Равновесие Чемберлина при монополистической конкуренции. Влияние постоянных издержек на число марок и состояние рынка. Аллокативная неэффективность монополистической конкуренции и доводы за продуктивное многообразие. Пространственные (адресные) модели.	0,5	2

Тема 7. Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния фирм. Меры концентрации. Индекс концентрации. Индекс Херфинделя-Хиршмана. Индекс энтропии. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс Джини. Барьеры входа в отрасль. Затраты на вход, безвозвратные издержки. Блокированный, удержанный и открытый вход в отрасль. Ценообразование и рыночные сигналы. Слияния. Виды экономических объединений. Типы слияний. Горизонтальные и вертикальные слияния, промежуточные, конечные и взаимозамещающие продукты. Контроль слияний со стороны государства, мировой опыт. Враждебные поглощения. Причины поглощений. Цели и способы поглощений. Варианты борьбы с враждебными поглощениями. Взаимосвязь с рыночной структурой.	0,5	2
Тема 8. Научно - исследовательские и опытно - конструкторские разработки Инновации. Классификация процесса инноваций. Гонка за НТП, равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР. Гипотеза Шумпетера. Кооперация в сфере НИОКР, эффект положительного влияния. Взаимосвязь структуры рынка и инновационной активности. Патенты. Получение преимуществ и поощрение инноваций. Критерии и типы патентной защиты разработок. Оптимальная длительность патента. Лицензирование и субсидирование инноваций.	0,5	1
Тема 9. Ценовая тактика. Ценовая дискриминация. Типы дискриминационной политики, совершенная дискриминация, дискриминация в зависимости от объема (дискриминация второго типа), дискриминация по группам потребителей (дискриминация третьего типа). Практика ценовой дискриминации, сезонные продажи, нелинейное ценообразование, сезонное ценообразование. Межвременная ценовая дискриминация, парадокс Коуза. Модели ценообразования. Двухуровневые тарифы.	0,5	1
Тема 10. Воздействие рекламы на рынок. Побуждающая реклама. Уровень рекламы, максимизирующий прибыль монополии. Уровень рекламы и уровень цен. Уровень рекламы и его влияние на общественное благосостояние, негативное влияние существования монополии. Информативная реклама. Целевая реклама. Воздействие рекламы на рынок	-	2
ИТОГО	4	16

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методическое обеспечение	Формы отчетности
Тема 1. Предмет курса «Экономика отраслевых	Место «Экономики отраслевых рынков» в анализе рыночных структур. Гарвардская и	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов,

рынков». Становление и этапы развития теории отраслевых организаций. Методология исследования рыночных структур.	чикагская традиции в исследовании рыночных структур. Исходная парадигма гарвардской традиции «Структура – поведение – результативность». Место «Экономики отраслевых рынков» в сфере выработки стратегического поведения фирм, регулировании отраслевого поведения фирм, определения промышленной и отраслевой политики государства. Общий анализ отраслевого рынка на основе концепции «Структура–поведение–результативность» на примере отраслей промышленности России.				выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям
Тема 2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению.	Фирма. Современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подход. Рынок. Классификация рынков, идентификация границ. Отрасль. Классификация и структура отраслей.	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям
Тема 3. Обобщенные рыночные структуры.	Классификация рыночных структур. Совершенная конкуренция. Рыночная структура и ее основные черты. Влияние отдачи от масштаба на	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий,

	равновесие. Ценообразование на уровне предельных затрат и его влияние на общественное благосостояние. Монополия. Виды монополий. X – неэффективность монополии. Общественные издержки существования монополии.				заданий для подготовки к практическим занятиям
Тема 4. Монопольная власть.	Монопольная власть. Определение, проявления, нормальная и экономическая прибыль. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Коэффициент (индекс) Лернера. Коэффициент Тобина (q – Тобина). Коэффициент Папандреу.	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям
Тема 5. Олигополистические рынки однородных продуктов.	Модель Курно. Конкуренция в объеме выпуска. Функции лучшей реакции. Равновесие в модели. Модель для двух и N участников. Влияние числа фирм на благосостояние. Модель с неоднородными фирмами. Модель лидера-ведомого Штакельберга. Преимущество первого хода и равновесие. Воздействие на	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям

	благосостояние. Модель Бертрана. Ценовая конкуренция. Существование равновесия. Влияние производственных ограничений, циклы Эджворта. Условия ценообразования выше предельных затрат. Модель доминирующей фирмы Форхаймера. Условия реализации доминирования. Статическое и динамическое ценообразование. Модель «самоубийственного ценообразования» доминирующей фирмы. Сравнительный анализ моделей. Влияние ограниченности производственных мощностей. Возможность и устойчивость сговора. Динамические стратегии.				
Тема 6. Рынки неоднородных продуктов.	Дифференциация продукта. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукции, подходы к измерению степени дифференциации продукции. Простейшие модели. Эффекты собственной и перекрестной цены. Количественные и Ценовые игры при неоднородных	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям

	продуктах, модификация моделей Курно и Бертрана. Модель последовательных действий. Монополистическая конкуренция. Фирмы и торговые марки. Равновесие Чемберлина при монополистической конкуренции. Влияние постоянных издержек на число марок и состояние рынка. Аллокативная неэффективность монополистической конкуренции и доводы за продуктивное многообразие. Пространственные (адресные) модели. Модель линейного города, «зонтики Хотеллинга», влияние структуры издержек на уровень дифференциации, последовательный вход в отрасль. Модель кругового города Салопа, оптимальный уровень дифференциации и дифференциация при свободном доступе на рынок. Прочие модели. Модель Ланкастера, продукт как совокупность потребительских характеристик. Модель вертикальной дифференциации продукта Саттона.				
Тема 7. Концентрац	Меры концентрации. Индекс	6	Подготовка к практическим	Учебно-методическое	Опрос на практических

ия, барьеры входа в отрасль, слияния и поглощения.	концентрации. Индекс Херфинделя- Хиршмана. Индекс энтропии. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс Джини. Барьеры входа в отрасль. Затраты на вход, безвозвратные издержки. Блокированный, удержанный и открытый вход в отрасль. Ценообразование и рыночные сигналы. Слияния. Виды экономических объединений. Типы слияний. Горизонтальные и вертикальные слияния, промежуточные, конечные и взаимозамещающие продукты. Контроль слияний со стороны государства, мировой опыт. Враждебные поглощения. Причины поглощений. Цели и способы поглощений. Варианты борьбы с враждебными поглощениями. Взаимосвязь с рыночной структурой.		занятиям, изучение литературы.	обеспечение дисциплины	занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуаль ных заданий, заданий для подготовки к практически м занятиям
Тема 8. Научно - исследовате льские и опытно - конструктор ские разработки.	Инновации. Классификация процесса инноваций. Гонка за НТП, равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР. Гипотеза Шумпетера.	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно- методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуаль ных заданий, заданий для

	Кооперация в сфере НИОКР, эффект положительного влияния. Взаимосвязь структуры рынка и инновационной активности. Патенты. Получение преимуществ и поощрение инноваций. Критерии и типы патентной защиты разработок. Оптимальная длительность патента. Лицензирование и субсидирование инноваций.				подготовки к практически м занятиям
Тема 9. Ценовая политика.	Ценовая дискриминация. Типы дискриминационной политики, совершенная дискриминация, дискриминация в зависимости от объема (дискриминация второго типа), дискриминация по группам потребителей (дискриминация третьего типа). Практика ценовой дискриминации, сезонные продажи, нелинейное ценообразование, сезонное ценообразование. Межвременная ценовая дискриминация, парадокс Коуза. Пространственная ценовая дискриминация. Модели	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практически м занятиям

	ценообразования. Двухуровневые тарифы. Неравномерное ценообразование, система накопительных скидок. Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Учет сезонного фактора в ценах, его влияние на доходы. Хищническое ценообразование.				
Тема 10. Воздействие рекламы на рынок.	Побуждающая реклама. Уровень рекламы, максимизирующий прибыль монополии. Уровень рекламы и уровень цен. Уровень рекламы и его влияние на общественное благосостояние, негативное влияние существования монополии. Теорема Дорфмана-Штайнера, модификация для случая олигополии. Информативная реклама. Равновесное число рекламодателей, общественно оптимальный уровень рекламы, зависимость от вероятности достижения потребителя. Влияние рекламы на уровень цен. Целевая реклама. Влияние предыдущего опыта потребления продукта на выбор потребителя. Методы	7	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям

	рекламы, сравнительный анализ. Воздействие рекламы на рынок. Сравнительная реклама, стратегическое использование. Реклама и качество продукта. Государственное регулирование рекламы.				
Тема 11. Рынки с асимметричной информацией.	Качество товара. Выбор уровня качества потребителем, зависимость от дохода. Качество как мера продуктовой дифференциации, модификация модели Хотеллинга, двух-периодная игра. Рынок «лимонов» Акерлофа. Модель рынка подержанных автомобилей. Задача покупателя, «негативный» отбор и его последствия. Применение модели Акерлофа, страхование, фаст-фуды, рынок труда, рынок кредитов. Рыночные сигналы. Цена как сигнал качества. Гарантии качества, симметричная информация. Роль гарантий при несимметричной информации. Государственное регулирование качества продукции, ГОСТы, сертификация, «Закон о защите	5	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям

	потребителей».				
Тема 12. Государственная отраслевая политика.	Виды и типы отраслевой политики. Внешнеторговая политика. Эффективность торговых союзов и соглашений. Антимонопольная политика. Регулирование естественных монополий. Ценообразование по Рамсею.	6	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	Опрос на практических занятиях, подготовка докладов, выполнение индивидуальных заданий, заданий для подготовки к практическим занятиям

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
ДПК – 1. Способен к организации самостоятельной работы обучающихся по образовательным программам в образовательных организациях соответствующего уровня образования	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

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

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этапы формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ДПК – 1	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основные способы организации самостоятельной работы и освоения методов исследования социально-экономических процессов государства	Тестирование	Шкала оценивания тестирования Шкала оценивания реферата Шкала оценивания выполнения

			устойчивого экономического роста.	Реферат Индивидуаль ное задание	
--	--	--	--------------------------------------	---------------------------------------	--

Шкала оценивания выполнение задания для подготовки к практическим занятиям

Критерии оценивания	Баллы
Свободное владение материалом	10
Достаточное усвоение материала	5
Поверхностное усвоение материала	3
Неудовлетворительное усвоение материала	0

Шкала оценивания выполнения индивидуального задания

Критерии оценивания	Баллы
Задание выполнено полностью	10
Задание выполнено с небольшими ошибками	5
Задание выполнено на половину с грубыми ошибками	3
Задание не выполнено	0

Шкала оценивания реферата

Критерии оценивания	Баллы
Тема исследования актуальная, содержание реферата соответствует теме, оформление соответствует методическим рекомендациям; знание учащимся изложенного в реферате материала, умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы; присутствие личной заинтересованности в раскрываемой теме, демонстрировать собственную точку зрения, аргументы и комментарии, выводы; умение свободно беседовать по любому пункту плана, отвечать на вопросы по теме реферата; умение анализировать фактический материал и статистические данные, использованные при написании реферата.	20
Тема исследования актуальна; есть незначительные замечания по оформлению реферата; у обучающегося возникают трудности при ответе на вопросы по теме реферата и формулировке сути рассматриваемой проблемы.	15
Тема реферата раскрыта недостаточно полно; есть существенные замечания по оформлению реферата; затруднения в изложении, аргументировании; студент не может ответить на вопросы по теме реферата; отсутствие личной заинтересованности в рассматриваемой теме.	10
Тема реферата не актуальная; оформление реферата не соответствует предъявляемым требованиям; не раскрыта суть рассматриваемой проблемы.	5

Максимальное количество баллов – 20. Для студента, не сдавшего реферат – 0 баллов.

Шкала оценивания тестирования

Критерии оценивания	Баллы
Свободное владение материалом (80-100 % правильных ответов)	10
Достаточное усвоение материала (70-75 % правильных ответов)	5
Поверхностное усвоение материала (50-65 % правильных ответов)	3
Неудовлетворительное усвоение материала (менее 50 % правильных ответов)	0

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Примерная тематика рефератов

1. Современные теоретические школы, их методологические отличия.
2. Отраслевые рынки России и их характеристика.
3. Определение границ рынка и отрасли: теория и практика.
4. Классификация рынков и отраслей.
5. Совершенная конкуренция и ее характеристика.
6. Несовершенная конкуренция и ее характеристика: теория и практика.
7. Монополистическая конкуренция и ее характеристика: теория и практика.
8. Монополия и ее разновидности.
9. Показатели монопольной власти.
10. Социально-экономическая цена монополии.
11. Монопольная власть. Экономическая прибыль и проблемы ее измерения.
12. Естественные монополии. Основные методы государственного регулирования естественных монополий.
13. Антимонопольная политика и ее инструменты.
14. Особенности антимонопольной политики в России.
15. Модели олигополистического взаимодействия фирм на рынке: теория и практика.
16. Дифференциация продукта, виды, влияние на структуру рынка, измерение степени дифференциации.
17. Модель монополистической конкуренции: теория и практика
18. Аллокативная неэффективность монополистической конкуренции, аргументация в пользу дифференциации продукции.

Примерные варианты заданий для подготовки к практическим занятиям

Практическое занятие № 1(в форме разбора конкретных ситуаций, дискуссии и обмена мнениями).

Тема практического занятия: Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению.

Цель: расширить и закрепить знания студентов по вопросам темы семинарского занятия, представить и обсудить основные закономерности отраслевой экономической организации.

Задачи:

- рассмотреть фундаментальные вопросы отраслевой экономической организации современного общества;
- раскрыть понятие и виды факторов производства, дать им характеристику;
- проанализировать вопросы технологического выбора в экономике.

Доклады:

- 1.Современные представления фирмы и рынка: институциональный анализ

2. Рынок и рыночная власть.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

Вопросы к обсуждению:

1. Суть различных концепций фирмы (технологической, контрактной и стратегической).
2. Рынок и отрасль: понятия и подходы к идентификации границ.
3. Институциональный подход. Причины существования рынков и фирм. Роль трансакционных издержек и издержек по контролю в определении границ фирмы и рынка. Объяснение многообразия типов фирм.
4. Многообразие целей разных экономических агентов (акционеров, индивидуального предпринимателя, менеджеров, кредиторов) и их влияние на поведение фирмы.
5. Цели фирм в российской экономике.
6. Эффективность деятельности фирмы. Проблема принципала-агента в экономической организации.

Задания:

1. Проработка основных вопросов темы.
2. Характеристика основных подходов к исследованию фирмы (письменно).
3. Анализ проблемы принципала-агента в экономической организации и вариантов ее решения.
4. Сравнительный анализ основных внутрифирменных структур (унитарной, холдинговой, мультидивизиональной и смешанной).

Практическое занятие № 2 (в форме разбора конкретных ситуаций, дискуссии и обмена мнениями).

Тема практического занятия: Обобщенные рыночные структуры.

Цель: расширить и закрепить знания студентов по вопросам темы семинарского занятия, представить и обсудить основные закономерности рыночных структур.

Задачи:

- рассмотреть различные рыночные структуры;
- раскрыть понятия и виды конкурентных и неконкурентных рыночных структур и дать им характеристику;
- проанализировать вопросы эффективности рыночных структур.

Доклады:

1. Рынок совершенной конкуренции
2. Рынки несовершенной конкуренции: теория и практика

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

Вопросы к обсуждению:

1. Характеристика конкурентных рынков. Совершенная конкуренция и ее условия.
2. Неконкурентные рынки. Монополистическая и несовершенная конкуренция.
3. Основные подходы к измерению монопольной власти:
 1. После исследования некоторых отраслей была получена следующая информация:
 - а) индекс Лернера для фирмы с наибольшей рыночной долей в каждой отрасли оказался больше, чем индекс Лернера для фирм, вторых по размеру;
 - б) индекс Лернера обратно зависит от эластичности спроса;

в) индекс Лернера прямо пропорционально зависит от количества фирм, существующих в отрасли.

Что из вышеперечисленного относится к олигополии Курно? Докажите.

2. Правдоподобно ли мнение, что монополия на каждой стадии производства (где их более одной), будет иметь такую же эффективность, как и вертикально-интегрированная монополия во всей отрасли?

3. Перемещает ли вертикальная интеграция монопольную власть фирмы с одного уровня на другой?

4. Часто наблюдается, что отрасли, демонстрирующие высокие темпы входа новых фирм, так же отличаются и высокими темпами выхода их отрасли.

а) Как Вы можете это объяснить?

б) Как это связано с ценовой стратегией фирм-старожилов?

5. В большинстве моделей удержания от входа фирма-старожил использует тактику хищнического ценообразования для воздействия на потенциальную фирму-новичок. Могут ли эти модели быть пересмотрены таким образом, что подобную тактику использует фирма-новичок? Если да, то в чем тогда принципиальная разница между фирмами?

6. Американские фирмы Кока-Кола и Пепсико доминируют на мировом рынке прохладительных напитков более ста лет, тогда как другие американские фирмы, как Дженерал-Моторс и Форд постоянно подвергаются атакам конкурентов из других стран. В чем разница между этими двумя продуктовыми (рыночными) ситуациями, почему наблюдаются такие существенные различия?

Практическое занятие № 3 (в форме разбора конкретных ситуаций, дискуссии и обмена мнениями).

Тема практического занятия: Монопольная власть.

Цель: расширить и закрепить знания студентов по вопросам темы семинарского занятия, представить и обсудить основные проблемы монополизации рынка.

Задачи:

- рассмотреть фундаментальные вопросы монополизации рынка;
- раскрыть понятие и виды монополии, дать им характеристику;
- проанализировать вопросы социально-экономической цены монополии.

Доклады:

1. Социально-экономическая цена монополии.

2. Антимонopolная политика современной России.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое монополизация рынка и как она связана с потерями общественного благосостояния. Можете ли Вы назвать условия, при которых монополия может быть эффективнее конкуренции?
2. Объясните, какие возникают последствия для общества в результате ограничения цен на продукцию монополиста. Возможен ли негативный эффект для общества?
3. Какие Вы можете назвать проблемы измерения монопольной власти, охарактеризуйте достоинства и недостатки различных подходов.
4. Какие существуют проблемы определения экономической прибыли? Какую прибыль можно считать нормальной?

5. Многие рынки товаров и услуг для населения в России высоко монополизированы (например: газо- и электроснабжение.) Как влияет государственный контроль цен в этих отраслях на:

- а) количество продаваемого товара;
- б) благосостояние потребителей;
- в) благосостояние производителя;
- г) общий уровень общественного благосостояния.

6. В конце XX века Федеральная Торговая Комиссия США разрешила слияние двух фирм, производящих самолеты, Боинга и Макконела Дугласа. Как Вы думаете, почему она пошла на разрешение создания такой большой монополии не только на внутреннем, но и на мировом рынке?

7. Можете ли Вы объяснить, почему в настоящее время в России широко обсуждается проблема приватизации МПС? (Прим.: Более ста лет в США железные дороги были объектом государственного регулирования, но потом оно было снято. Почему, как Вы думаете?)

8. Пусть кривая рыночного спроса на продукцию, производимую фирмой, описывается уравнением: $Q=100-p$. Предельные издержки производства постоянны и равны $MC=20$ руб. Фирма подкупает государственного чиновника, который лоббирует запрет на появление новых фирм в отрасли, но за это она платит ему 10 руб. с каждой проданной ею на рынке единицы товара.

а) Рассчитайте цены и объем продаж товара при действии фирмы как монополиста и если бы она действовала как совершенно конкурентная фирма, не используя власть чиновника.

б) Рассчитайте совокупный излишек общества при монополии и при конкурентном поведении фирмы.

в) Каковы издержки общества от существования монополии?

г) Как эти издержки распределяются на две части: ренту от монопольного положения фирмы на рынке и потери от ограничения объема производства товара монополией?

Примерные варианты тестирования

1 вариант

1. Что не входит в общепринятую классификацию рыночных структур:

- А) монополия;
- Б) олигополия;
- В) теневой бизнес;
- Г) совершенная конкуренция.

2. Олигополия - это:

- А) содружество частных предприятий;
- Б) тип рыночной структуры;
- В) фирма монополист;
- Г) способ интеграции производств.

3. Что не относится к нестратегическим барьерам отраслевого рынка:

- А) стратегическое ценообразование;
- Б) вертикальная интеграция;
- В) диверсификация деятельности фирмы;
- Г) дифференциация товаров.

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

- А) Идентичные;
- Б) Субституты;

- В) Однородные;
- Г) Взаимозаменяемые.

5. Письменное выполнение сравнительного анализа различных типов рыночных структур.

2 вариант

1. Характеристика степени монополизации различных рынков в современной экономике России, региональных рынков.

2. К ценовым барьерам относится:

- А) дополнительное инвестирование;
- Б) применение запретительных цен;
- В) дифференциация продукции;
- Г) вертикальная интеграция.

3. Сколько типов рыночных структур принято выделять:

- А) 2;
- Б) 4;
- В) 3;
- Г) 5.

4. Какой из показателей не характеризует оценку эффективности размещения производства:

- А) коэффициент опережения;
- Б) капитальные вложения;
- В) уровень обеспеченности продукции;
- Г) приведенные затраты.

5. Выделите показатель, не характеризующий отраслевую структуру промышленности:

- А) доля отдельной отрасли в общем объеме промышленного производства;
- Б) коэффициент опережения;
- В) соотношение между добывающими и перерабатывающими отраслями;
- Г) капитальные вложения.

6. Изучение отраслевых рынков с позиций определенного товара и определение границ рынка данного товара было предложено:

- А) Кейнсом;
- Б) Кузнецом;
- В) Робинсоном;
- Г) Марксом.

7. Выберите из ниже перечисленного факторы, не относящиеся к объектам сделок:

- А) товарные;
- Б) производственные;
- В) финансовые;
- Г) территориальные.

8. Что из ниже перечисленного не относится к типологии границ разделения рынков:

- А) локальные;

- Б) финансовые;
- В) временные;
- Г) продуктовые.

Примерные варианты индивидуальных заданий

Задания на СРС по теме №1

Становление и этапы развития. Методология исследования

Цель задания – изучение студентами основных вопросов темы, работа с различными источниками, конспектирование литературы, решение практических задач.

Содержание:

1. Конспектирование источников и доработка конспектов лекций по вопросам:
 - предмет, содержание и методы «Экономики отраслевых рынков»;
 - становление и этапы развития теории отраслевых организаций;
 - методология исследования рыночных структур.
 2. Общий анализ отраслевого рынка на основе концепции «Структура–поведение–результативность» на примере отраслей промышленности России:
 - особенности прямых и обратных связей между блоками парадигмы, взаимосвязь между фундаментальными условиями отрасли, структурой рынка, поведением фирмы и результативностью отрасли, примеры для эффективных и неэффективных отраслей;
 - базовые условия функционирования отрасли;
 - факторы, влияющие на структуру отраслевого рынка;
 - особенности поведения фирм на рынке и влияние на рыночную структуру и результативность отраслевого рынка;
 - показатели эффективности функционирования отраслевого рынка. Дискуссия относительно адекватных показателей результативности для разных отраслей и разных типов экономики;
 - влияние отраслевой политики государства на результативность отраслей экономики.
- Студенту требуется:
- самостоятельно охарактеризовать основные блоки парадигмы С-П-Р и взаимосвязи, возникающие между ними, обосновать основные причинно-следственные связи (как пример: так как технологии производства характеризуются значительной капиталоемкостью, то в этой отрасли имеется небольшое число очень крупных по размеру фирм); особо следует сконцентрироваться на особенностях выбранного отраслевого рынка;
 - определить границы отраслевого рынка (продуктовые, пространственные, временные) и список основных компаний, представленных на этом рынке, а также оценить рыночные доли фирм в 2008, 2009 и 2010 гг., численно определить для каждого года такие показатели концентрации, как индекс Герфиндаля-Хиршмана и Индекс концентрации для трех и пяти крупнейших фирм, сделать вывод относительно типа рыночной структуры, к которому относится данный отраслевой рынок.

Задания на СРС по теме № 2

Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению.

Цель задания – изучение студентами основных вопросов темы, работа с различными источниками, конспектирование литературы, решение практических задач и тестовых заданий.

Содержание:

1. Конспектирование источников и доработка конспектов лекций по вопросам:

- Фирма, современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подходы;
- Рынок, классификация рынков, идентификация границ.
- Отрасль, классификация отраслей, структура отрасли.
- Отраслевой рынок, показатели размера фирмы.

Основные понятия

Параметры поведения фирмы на рынке - показатели деятельности фирмы, по которым оценивается эффективность ее функционирования. К ним относятся: выбор продукта (качество и количество), цена товара, реклама, расходы на НИОКР, инвестиции, слияния и поглощения.

Параметры функционирования отрасли - показатели результативности деятельности фирм в отрасли. К ним относятся: качество продукта, эффективность распределения производственных и финансовых ресурсов, технический прогресс, рентабельность производства.

Факторы структуры отрасли - показатели, определяющие тот или иной тип взаимоотношений фирм на рынке. К ним относятся: число покупателей и продавцов, барьеры входа и выхода, дифференциация товара, вертикальная интеграция, диверсификация производства.

Факторы отраслевой политики государства - мероприятия, предпринимаемые правительством для регулирования структуры отрасли. К ним относятся: антимонопольное законодательство и государственное регулирование (налогообложение, регулирование инвестиционной деятельности, регулирование занятости, макроэкономическая политика, включающая стабилизационную, антиинфляционную, кредитно-денежную политику).

Базовая парадигма "структура - поведение - результат" - положение, согласно которому структура отрасли определяет поведение фирмы на рынке, что в свою очередь оказывает влияние на результат функционирования всей отрасли.

1. В чем ограниченность микроэкономического анализа рынка и поведения фирмы на нем?
2. Что общего и в чем различия теории отраслевых рынков и микроэкономики?
3. Какие смежные дисциплины необходимы при изучении теории отраслевых рынков?
4. Каковы основные причины усиления интереса к теории отраслевых рынков?
5. Когда возникла и в чем суть новой парадигмы "базовые условия - структура - поведение - результат"? Дайте подробную характеристику составляющих базовой парадигмы.
6. Приведите примеры, показывающие существование прямых и обратных причинно-следственных связей в рамках парадигмы.
7. Каково место государства в парадигме "базовые условия - структура - поведение - результат"?
8. В чем особенности государственного регулирования как метода воздействия на рыночные структуры?
9. В чем особенности антитрестовского регулирования как метода воздействия на рыночные структуры?
10. Каковы особенности антитрестовского регулирования в США, Западной Европе, в России?

Задания:

1. В каждой из приведенных ниже ситуаций обсудите, как две независимые фирмы наилучшим образом могут выполнять свои функции. Определите ту область, в которой транзакционные издержки наибольшие и где вы ожидали бы увидеть только одну фирму.
 - а) Нефтяной трубопровод, построенный однажды, не может перемещаться, трубопровод заканчивается электростанцией, которая покупает нефть.
 - б) Поле для гольфа расположено рядом с отелем

в) Производитель почтовых карточек ищет готовое доступное предложение необходимой бумаги

г) Производитель кондитерских изделий нуждается в ежедневном приобретении сахара.

2. Предположим, что закон запрещает фирме осуществлять какую-то деятельность самой и принуждает ее нанимать другие фирмы для осуществления данной деятельности. Проанализируйте эффект от такого закона.

3. Какое из следующих решений должен прежде всего принимать именно президент компании и почему?

а) Где построить специализированный завод?

б) Где закупать сырье?

в) Какие цены установить на продукт?

4. Некоторые эмпирические исследования установили, что около 80 процентов прироста капитала в больших фирмах происходит за счет внутренних источников в самих фирмах. Поэтому фирмы не обращаются на внешний рынок капиталов. Если эта информация справедлива, как ее можно использовать при объяснении несоответствий между теориями мотивации фирмы (которые основаны на максимизации роста) и теорией максимизации прибыли?

5. Проанализируйте следующее утверждение: "Максимизация полезности и максимизация прибыли это одно и то же".

6. Индивиды, которые имеют одинаковые исходные условия, но разные уровни учетного процента, будут время от времени принимать разные решения. Это же может быть справедливым и для фирмы. Возможно, что аргументы по поводу того, что, что же в действительности мотивирует фирму и дискуссии о том, почему фирмы поступают так, а не иначе, просто не принимают во внимание, что индивиды и фирмы просто имеют разный уровень учетного процента. Если нам известен уровень учетного процента фирмы, можем ли мы положить конец подобным дискуссиям?

7. Некоторые экономисты утверждают, что экономические исследования следует направлять на изучение процесса принятия решений, которые используются фирмой. Это означало бы, что экономисты должны использовать значительно чаще, чем сейчас такие методы и приемы исследований, как интервью, обзоры, анализ статистических данных. Согласны ли вы с этим?

Рынок - сбыт однородного товара и его близких субституттов.

Отличительные характеристики фирмы по сравнению с другими хозяйствующими субъектами:

- это крупная, организационно оформленная единица;
- фирма является самостоятельным юридически независимым агентом;
- фирма выполняет особую функцию: покупает ресурсы с целью производства товаров и услуг, т.е. является инструментом распределения ресурсов в экономике между альтернативными возможностями их использования;
- существование и рост фирмы обеспечивается за счет разницы между совокупной выручкой и совокупными издержками - прибылью; прибыль всегда присутствует в деятельности фирмы - либо как главная цель, либо как один из критериев поведения.

Фирма с точки зрения технологической концепции - это структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства.

Горизонтальные границы роста фирмы понимаются двояко - 1) объем выпуска одного продукта (предел роста однопродуктовой фирмы); 2) товарное многообразие в рамках одной фирмы (пределы диверсификации производства).

Субадитивность издержек - издержки являются субадитивными, если они меньше при совместном выпуске нескольких товаров на одной фирме, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм. Субадитивностью издержек определяются горизонтальные и вертикальные границы фирмы.

Вертикальные границы фирмы - выбор фирмы между покупкой на рынке или производством внутри фирмы продуктов последовательных стадий переработки.

Фирмы с точки зрения контрактной концепции - представляет собой совокупность отношений между работниками, управляющими и собственниками. Это отношения часто выражаются формальными договорами - контрактами. Даже если формальный договор отсутствует, существуют определенные правила поведения между работником и управляющим, между работниками, поставщиком и потребителем. Поэтому фирма - это совокупность внутренних и внешних контрактов и поэтому она сталкивается с двумя типами затрат на обеспечение их выполнения - транзакционными издержками и издержками контроля.

Транзакционные издержки - это явные и неявные затраты на обеспечение выполнения внешних контрактов, которые предназначаются на поиск деловых партнеров, ведение переговоров, заключение контракта, обеспечение его выполнения.

Издержки контроля - это затраты, связанные с внутренними контрактами (мониторинг выполнения контрактов, потери в результате недолжного выполнения контрактов).

Фирма с точки зрения стратегической концепции - это активный субъект рынка, который не только подчиняется экономическим отношениям, но и сам формирует их в результате сознательного целенаправленного поведения фирмы и в краткосрочном, и в долгосрочном периоде. При формировании и реализации своей стратегии фирма:

- принимает во внимание поведение других экономических агентов и в первую очередь своих конкурентов;
- активно воздействует на спрос, формируя потребительские предпочтения;
- активно воздействует на правительство, добиваясь желаемого уровня налогообложения, таможенных пошлин, квот, субсидий, антимонопольного законодательства;
- становится активным участником формирования отраслевой политики государства.

2. Решение практических задач и тестовых заданий:

Практические задания: -В чём разница между бухгалтерскими и экономическими издержками, между нормальной, экономической и бухгалтерской прибылями?

-Дайте классификацию издержек предприятия.

-В чём состоит закон убывающей отдачи и как он обосновывается?

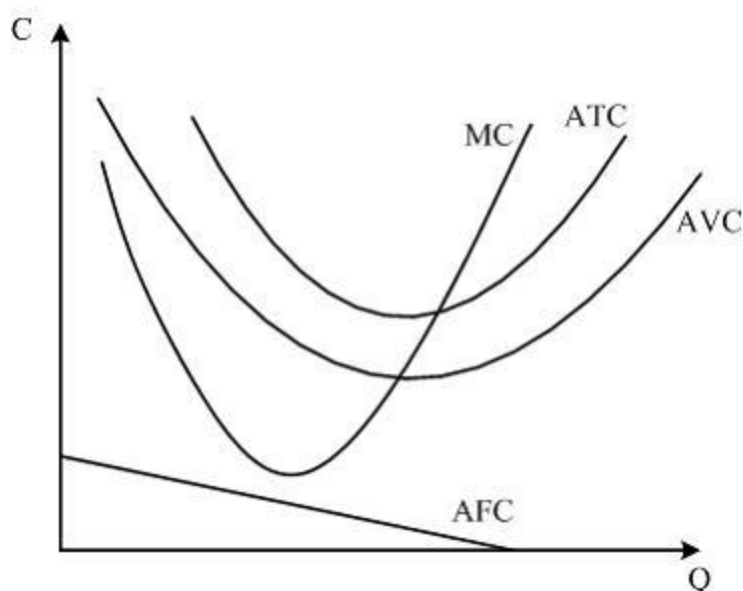
-Понятие изокванты и изокосты.

-Какова взаимосвязь средних и предельных издержек?

-Какова взаимосвязь эффекта масштаба и естественной монополии?

Тестовые задания:

-На рисунке показаны графики средних общих (ATC), средних переменных (AVC), средних постоянных (AFC) и предельных издержек (MC).



Общие издержки равны ...

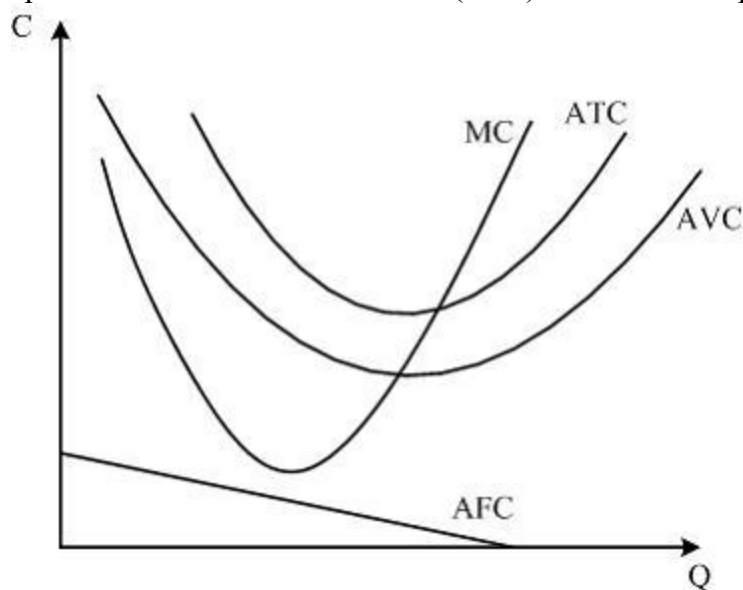
разности между общими переменными и постоянными издержками ($TVC - TFC$)

произведению суммы общих постоянных и переменных издержек на количество выпущенной продукции $(TFC + TVC) \cdot Q$

произведению суммы средних постоянных и переменных издержек на количество выпущенной продукции $(AFC + AVC) \cdot Q$

сумме общих постоянных, переменных и предельных издержек

-На рисунке показаны графики средних общих (ATC), средних переменных (AVC), средних постоянных (AFC) и предельных издержек (MC).



Если в краткосрочном периоде цена продукта не покрывает средние общие издержки (ATC), то фирме на рынке совершенной конкуренции следует ...

найти новых покупателей продукции

продолжать производство до объема, при котором цена равна предельным издержкам ($P = MC$), если цена больше средних переменных издержек ($P > AVC$)

прекратить производство

найти новых поставщиков ресурсов

-С точки зрения теории маржинализма фирма будет предъявлять спрос на переменный фактор производства до тех пор, пока...

предельный доход от фактора не станет равным его цене существует спрос на продукцию, производимую с его использованием
получает положительную экономическую прибыль
имеет средства для его приобретения

Задания на СРС по теме № 3 **Обобщенные рыночные структуры.**

Цель задания – изучение студентами основных вопросов темы, работа с различными источниками, конспектирование литературы, решение практических задач и тестовых заданий.

Содержание:

1. Конспектирование источников и доработка конспектов лекций по вопросам:

- классификация рыночных структур;
- совершенная конкуренция; рыночная структура и ее основные черты, влияние отдачи от масштаба на равновесие, ценообразование на уровне предельных затрат и его влияние на общественное благосостояние;
- монополия, виды монополий, X – неэффективность монополии, общественные издержки существования монополии.

Конкуренция с точки зрения поведения фирм представляет собой совокупность взаимозависимых попыток различных продавцов установить контроль на рынке, сознательная борьба на ценовой или неценовой основе с другими фирмами за влияние, потенциально лидирующее положение.

Конкуренция с точки зрения структуры рынка представляет собой рынок, на котором число фирм, продающих однородный продукт, настолько велико, а доля конкретной фирмы на рынке настолько мала, что никакая фирма одна не может существенно повлиять на цену товара путем изменения объема продаж.

Чистая конкуренция - рынок, на котором продавцы не обладают никакой монопольной властью, что возможно на рынке однородного продукта при значительном числе продавцов и покупателей относительно размеров рынка.

Совершенная конкуренция - рынок чистой конкуренции, характеризующийся к тому же отсутствием барьеров входа новых фирм и мобильностью на рынке уже имеющихся или потенциально пригодных для использования ресурсов.

Квазиконкурентный рынок - если конкуренция не является чистой, но условия свободного входа и выхода существуют и в результате независимо от числа фирм устанавливается конкурентное равновесие.

Положительный эффект масштаба - явление, когда увеличение объема выпуска сопровождается снижением средних издержек на его производство.

Простой положительный эффект масштаба - сокращение средних издержек на единицу продукции при увеличении производства одного товара.

Положительный эффект разнообразия - сокращение средних издержек на производство одного товара при увеличении количества товарных марок, выпускаемых одной фирмой.

Минимально эффективный выпуск - объем выпуска одной фирмы, при котором положительная отдача от масштаба меняется на отрицательную.

Рынок монополистической конкуренции - рынок, на котором большое число продавцов предлагают дифференцированную продукцию.

Рынок работающей конкуренции - рынок, на котором могут не выполняться многие условия рынка свободной конкуренции, но результаты деятельности (в первую очередь

рациональное использование ресурсов) оказываются такими же, как в условиях свободной конкуренции.

2. Решение тестовых заданий:

-Несовершенство рынка проявляется в том, что...

происходит разорение некоторых фирм
часть людей не может найти себе работу
происходит загрязнение окружающей среды
фирмы не могут получать одинаковую прибыль

-К ресурсным рынкам относятся...

рынок капитала
рынок труда
рынок обуви
рынок одежды

-К недостаткам рынка относятся...

неконкурентоспособность отдельных экономических субъектов
неравномерность в распределении личных доходов
неэффективность отдельных компаний
возникновение монопольных тенденций в экономике

-К достоинствам рыночного механизма регулирования относятся ...

наличие механизма защиты окружающей среды
поощрение риска, инициативы, ответственности
вытеснение мелкого производителя крупным
оперативное реагирование производства на изменение текущего спроса

-Рынок выполняет следующие функции: ...

распределительная
контрольная
ценообразующая
санирующая

-Рынок совершенной конкуренции более эффективен по сравнению с другими типами рынков потому, что на нем ...

производится стандартная продукция
продавец контролирует рыночную цену
большой объем производства и ниже цена товара
производится дифференцированная продукция

-На рынке совершенной конкуренции отдельный продавец ...

влияет на цену
не влияет на цену
добивается установления приемлемой ему цены в конкурентной борьбе
контролирует цену и объем продаж

-Какое понятие не свойственно для рынка совершенной конкуренции ...

разнообразие продукции
огромное число покупателей
огромное число продавцов

свободный вход на рынок

-Предельной называется фирма, которая...

получает нулевую экономическую прибыль

за счет выручки компенсирует только переменные издержки

получает максимальную прибыль

компенсирует выручкой только постоянные издержки

-Заполните пропуск

Равенство $MC = MR$ у фирмы совершенного конкурента _____ для получения положительной максимальной прибыли.

не может быть использовано

должно дополняться условием $MR = ATC$

должно дополняться условием $MR > ATC$

является достаточным

Примерные варианты тестирования

Тема 1. Предмет курса «Экономика отраслевых рынков». Становление и этапы развития теории отраслевых организаций. Методология исследования рыночных структур.

1.Объяснение исходной парадигмы гарвардской традиции «Структура – поведение – результативность».

2. Анализ места «Экономики отраслевых рынков» в сфере выработки стратегического поведения фирм, регулировании отраслевого поведения фирм, определения промышленной и отраслевой политики государства.

3. Общий анализ отраслевого рынка на основе концепции «Структура–поведение–результативность» на примере отраслей промышленности России:

- особенности прямых и обратных связей между блоками парадигмы, взаимосвязь между фундаментальными условиями отрасли, структурой рынка, поведением фирмы и результативностью отрасли, примеры для эффективных и неэффективных отраслей.

Тема 2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению.

4.Многие контракты, как в отраслях, где задействовано большое количество стадий производства или большой объем перевозок – долгосрочны, а некоторые, как с консалтинговыми и юридическими фирмами – краткосрочны.

а) Почему так получается?

б) Какие факторы, по Вашему мнению, оказывают на это воздействие?

5.В 1980-е гг. в «Силиконовой Долине» США наблюдалось большое число поглощений одних компаний другими, а также большое число перехода высшего управленческого звена из одних компаний в другие. Как, по Вашему мнению, это сказалось на общем уровне технических знаний в отрасли в целом?

6. Пусть начальник нанимает работника для выполнения двух заданий. Но он может полностью проконтролировать выполнение только одного из них. С каким условием должен жестко связать начальник оплату выполнения первого задания?

7. Если фирма имеет конкурентные преимущества, выражающиеся в экономии от масштаба в производстве какого-либо продукта, используемого при производстве множества ее товаров, то какую форму организации, по Вашему мнению, ей следует избрать: функциональную или основанную на выделении обособленных подразделений, производящих отдельные товары?

8. Если процесс производства на предприятии описывается производственной функцией $Q = 70 + 8K^2 + 5L$, где K – количество капитала, L – количество труда, то предельный продукт труда равен ...

9. Если процесс производства на предприятии описывается производственной функцией $Q = (KL)^{0,5}$, где K – количество капитала, L – количество труда, то предприятие имеет _____ отдачу от масштаба.

10. Средний продукт труда равен 30, затраты труда составляют 15.

Определите:

- 1) чему равен выпуск;
- 2) во сколько раз возрастет выпуск, если затраты труда возросли вдвое, а производительность осталась неизменной;
- 3) при изменении количества затраченного труда до 16, предельный продукт труда составляет 20. Чему будет равен выпуск?

11. Фирма, выпускающая микроволновые печи, действует в условиях конкуренции. Функция общих затрат имеет вид:

$$TC = 100 + Q^2.$$

Определите:

- 1) сколько нужно произвести печей для получения максимальной прибыли, если цена печи равна 60;
- 2) какова прибыль фирмы.

Тема 3. Обобщенные рыночные структуры.

12. Рынок совершенной конкуренции более эффективен по сравнению с другими типами рынков потому, что на нем ...

- производится стандартная продукция
- продавец контролирует рыночную цену
- большой объем производства и ниже цена товара
- производится дифференцированная продукция

13. На рынке совершенной конкуренции отдельный продавец ...

- влияет на цену
- не влияет на цену
- добивается установления приемлемой ему цены в конкурентной борьбе
- контролирует цену и объем продаж

14. Какое понятие не свойственно для рынка совершенной конкуренции ...

- разнообразие продукции
- огромное число покупателей
- огромное число продавцов
- свободный вход на рынок

15. Предельной называется фирма, которая...

получает нулевую экономическую прибыль
за счет выручки компенсирует только переменные издержки
получает максимальную прибыль
компенсирует выручкой только постоянные издержки

16. Заполните

пропуск

Равенство $MC = MR$ у фирмы совершенного конкурента _____ для получения положительной максимальной прибыли.

не может быть использовано

должно дополняться условием $MR = ATC$

должно дополняться условием $MR > ATC$

является достаточным

Примерные вопросы для подготовки к зачету с оценкой

1. Предмет и метод курса «Экономика отраслевых рынков». Современные теоретические школы, их методологические отличия.
2. Понятие отраслевой рынок. Определение границ рынка и отрасли. Классификация рынков и отраслей.
3. Показатели монопольной власти.
4. Монопольная власть. Экономическая прибыль и проблемы ее измерения.
5. Модели олигополистического взаимодействия фирм на рынке.
6. Дифференциация продукта, виды, влияние на структуру рынка, измерение степени дифференциации.
7. Модель монополистической конкуренции. Аллокативная неэффективность монополистической конкуренции, аргументация в пользу дифференциации продукции.
8. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Хотеллинга.
9. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Салопы.
10. Модель Ланкастера.
11. Меры концентрации производителей.
12. Слияния и поглощения предприятий, виды, стимулы, последствия.
13. Барьеры входа в отрасль.

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Основными формами текущего контроля являются устные опросы, прохождение тестирования, подготовка реферата, выполнение индивидуального задания, выполнение задания для подготовки к практическим занятиям.

Проверка уровня усвоения материала студентом производится на практических занятиях после изучения отдельных тем дисциплины по средствам **устного опроса**.

Доклад готовится по одной из проблем, находящихся в пределах обсуждаемой темы, необходимо углубленно и всесторонне дать представление о данной проблеме. Студент должен показать, что известно по этому поводу в науке, какие вопросы еще не освещены. Одним из условий, обеспечивающих успех практических занятий, является совокупность определенных конкретных требований к **докладам** студентов.

Перечень требований к выступлению студента:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;
- раскрытие сущности проблемы;

- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые студентом примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с программой подготовки. Примеры из области наук, близких к программе подготовки студента, из сферы познания. 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.

Реферат – письменная работа по одному из актуальных вопросов в рамках дисциплины. Цель подготовки реферата – обобщение различных научных идей, концепций, точек зрения по наиболее важным изучаемым проблемам на основе самостоятельного анализа монографических работ и учебной литературы.

Обучающемуся предоставляется право самостоятельно выбрать тему реферата из списка рекомендованных тем приведенных в рабочей программе дисциплины. Не допускается в одной группе написания двух и более рефератов по одной теме.

Подготовка реферата должна осуществляться в соответствии с планом, текст должен иметь органическое внутреннее единство, строгую логику изложения, смысловую завершенность.

Реферат должен иметь определенную структуру: содержание, введение, два-три параграфа основной части, заключение и список использованных источников, приложение (при необходимости).

Во введении (максимум 3-4 страницы) раскрывается актуальность темы, излагаются основные точки зрения, формируются цель и задачи исследования. В основной части раскрывается содержание понятий и положений, вытекающих из анализа изученной литературы и результатов эмпирических исследований. В заключении подводятся итоги авторского исследования в соответствии с выдвинутыми задачами, делаются самостоятельные выводы и обобщения. Объем реферата должен составлять 10 – 15 страниц машинописного (компьютерного) текста.

Тесты предназначены для проверки знаний на уровне воспроизведения, понимания и на уровне умения применить знания на практике. Тестирование проводится с целью выявления уровня готовности студента к дальнейшему обучению, проверки качества усвоения знаний по темам дисциплины. Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации:

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях.

- Думать только о текущем задании. Задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени).
- При подготовке к тесту не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала.

Требования к оформлению и выполнению индивидуального задания и заданий для подготовки к практическим занятиям отражены в методических рекомендациях.

В течение освоения дисциплины студенту необходимо активно участвовать на практических занятиях, выполнить тестирование, подготовить реферат, выполнить индивидуальные задания.

Подготовка к зачету с оценкой заключается в изучении и тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учетом рекомендованной учебно-методической литературой, вопросов выносимых на практические и лекционные занятия, а также примерного перечня вопросов выносимых на зачет с оценкой.

Зачет с оценкой по дисциплине проводится устно по вопросам, приведенным в рабочей программе дисциплины. Время на подготовку должно составлять не более 30 минут. По просьбе студента, преподаватель может увеличить время подготовки.

Обдумывая ответы на вопросы, студенты могут записывать план и отдельные формулировки ответа. Однако при подготовке к ответу следует учитывать, что повышению оценки способствует не зачитывание ответа, а его устная форма. При наличии у преподавателя сомнений в оценке, он может задать ряд уточняющих вопросов в пределах рабочей программы дисциплины.

Шкала оценивания зачета с оценкой

Критерий оценивания	Баллы
- полное усвоение теоретического и практического материала, студентом дан исчерпывающий и обоснованный ответ на вопрос; - показано умение грамотно применять полученные теоретические знания в практических целях; - демонстрация знаний дополнительного материала.	30
- ответ отличается четкостью и краткостью, мысли излагаются в логической последовательности; - дан в основном правильный ответ на вопрос.	20
- нет четкости в умении обосновывать, высказываемые положения; - ответ был многословным, мысли излагались недостаточно четко и без должной логической последовательности.	10
- нет четкости в умении обосновывать, высказываемые положения; - ответ был не многословным, мысли излагались не четко и без должной логической последовательности.	0

Итоговая шкала по дисциплине

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа магистранта в течение всего срока освоения дисциплины, активность участия на практических занятиях, выполнение тестирования, подготовка реферата, подготовка доклада, выполнение индивидуальных заданий, а также оценка по промежуточной аттестации.

Баллы, полученные магистрантом по текущему контролю и промежуточной	Оценка в традиционной системе
---	-------------------------------

аттестации	
81-100	Отлично
61-80	Хорошо
41-60	Удовлетворительно
0-40	Неудовлетворительно

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка [Электронный ресурс]: учеб.пособие. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 260 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=437290>
2. Моделирование экономических процессов [Электронный ресурс]: учебник / под ред. М.В. Грачевой, Ю.Н. Черемных, Е.А. Тумановой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 544 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119452>
3. Розанова, Н.М. Экономика отраслевых рынков [Текст] : учеб. пособие для бакалавров / Н. М. Розанова. - М. : Юрайт, 2013. - 906с.

6.2. Дополнительная литература

1. Иневатова, О.А. Региональные рынки [Электронный ресурс]: учеб.пособие / О.А. Иневатова, С.А. Дедеева, Ю.А. Макарова. - Оренбург: ОГУ, 2015. - 204 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439003>
2. Мировые товарные рынки [Электронный ресурс]: учеб. пособие /ред. А.В. Хохлов. - М.: Магистр, 2014. - 304 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=460914>
3. Поздняков, В.Я. Экономика отрасли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Я. Поздняков, С.В. Казаков. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 281 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=447667>
4. Рой, Л. Анализ отраслевых рынков [Электронный ресурс]: учебник / Л. Рой, В. Третьяк. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 441 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=316967>
5. Самсонова, М.В. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс]: практикум /М.В. Самсонова, Е.А. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 135 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330589>

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

7. <http://www.iet.ru> – Институт экономики переходного периода (г. Москва).
8. <http://www.libertarium.ru> – материалы по экономической теории.
9. Национальное бюро экономических исследований США (National Bureau of Economic Research) <http://www.nber.org/>

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru

pravo.gov.ru

www.edu.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием;
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.