

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
Ивановский филиал

Кафедра коммерции, товароведения и экспертизы



Утверждено:

Зам. директора по УМР

Гуськова И.В.

Малова И.В.

Теория отраслевых рынков

Рабочая программа

направление подготовки: 080100.62 Экономика

профиль: бухгалтерский учет, анализ и аудит

Одобрено:
МС Ивановского филиала
РЭУ имени Г.В. Плеханова
Протокол № 1 от 30.08.2014
Председатель Методического совета
Аржаных Т.Ф. *Аржаных*

Рекомендовано кафедрой:

Протокол № 1
От «29» августа 2014г.

Зам.зав.кафедрой Воронин М.В. *Воронин*

Иваново 2014

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины.	3
2. Место дисциплины в структуре ООП.	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины.	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.	6
5. Содержание дисциплины.	7
5.1 Содержание разделов и тем дисциплины.	7
5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.	11
5.3 Разделы (модули) и темы дисциплин и виды занятий.	12
6. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ.	13
7. Примерная тематика курсовых проектов (работ) (при наличии)	—
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:	16
а) федеральные законы и нормативные документы (при наличии);	
б) основная литература;	
в) дополнительная литература;	
г) программное обеспечение;	
д) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.	19
10. Образовательные технологии.	19
11. Оценочные средства. (ОС).	20

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения является

- освоение студентами теоретических и практических аспектов формирования и функционирования рыночных структур, поведения отдельных субъектов рынка, а также реализации государственной отраслевой и промышленной политики;
- освоение аппарата микроэкономического моделирования и теории игр.
- формирование теоретических знаний в области изучения структур отраслевых рынков, о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;
- формирование у студентов экономического мышления.

Задачи курса:

- научить анализировать факторы, определяющие специфику формирования отраслевых рынков и поведение фирм;
- привить навыки самостоятельной оценки принятых фирмой экономических решений, выявления закономерностей взаимодействия отраслевого рынка и его участников ;
- научить использовать методы, способы и показатели анализа отраслевых рынков для оценки и прогнозирования состояния собственного бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Теория отраслевых рынков» входит в раздел «Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» (Б.Б.3.14) ФГОС-3 по направлению подготовки ВПО 080100.62 – «Экономика» и профилю - «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,

Дисциплина базируется на естественно - научном цикле и имеет связи со следующими дисциплинами: Право, Методы оптимальных решений, Экономико-математические методы, а также дисциплинах профессионального цикла: Микроэкономика, Макроэкономика, Информационный менеджмент, Деньги, кредит, банки Макроэкономическое планирование и прогнозирование, Экономика предприятий и организаций.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» студент должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурными компетенциями (ОК):

- владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем (ОК-4);
- умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);

- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);

- способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность (ОК-8);

- способен к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-9);

- осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-11);

- способен понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-12);

- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

- владеет одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);

владеет основными методами защиты производственного персонала и населения от

- возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

Профессиональными компетенциями (ПК):

- способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1);

- способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, (ПК-2);

- способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами (ПК-3);

- аналитическая, научно-исследовательская деятельность способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);

- способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ПК-5);

- способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные

теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-6);

- способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-7);

- способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-8);

- способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-9);

- способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10);

организационно-управленческая деятельность

- способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-11);

- способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-12);

- способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-13);

- педагогическая деятельность способен преподавать экономические дисциплины в образовательных учреждениях различного уровня, используя существующие программы и учебно-методические материалы (ПК-14);

- способен принять участие в совершенствовании и разработке учебно-методического обеспечения экономических дисциплин (ПК-15).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- методы и принципы анализа отраслевых рынков в зависимости от их структуры;
- базовые модели, применяемые для описания различных типов отраслевых рынков;
- способы определения структуры рынка;
- количественные показатели измерения рыночной власти;
- основные проблемы, возникающие при идентификации рыночных структур;

- характер влияния на рыночные структуры инновационных процессов;
- методы регулирования рыночных структур.

уметь:

- изучать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию;
- анализировать различные модели отраслевых рынков;
- рассчитывать показатели рыночной концентрации;
- формулировать рекомендации в сфере регулирования рынков.

владеть:

- методологией экономического исследования;
- методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей;
- навыками применения микроэкономического анализа для объяснения формирования и оценки эффективности различных структур рынка.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры			
		III	IV	V	VI
Аудиторные занятия (всего)	36/1.0			+	
В том числе:	-				
Лекции	14			+	
Семинары (С)	22			+	
Самостоятельная работа (всего)	36/1,0			+	
В том числе:	-				
Реферат, отчеты	12			+	
Тесты для проверки освоения теоретических знаний	6			+	
Ситуационные задачи	6			+	
Работа с рекомендуемой литературой	6			+	
Поиск учебной информации в Интернет	6			+	
Экзамен	/1			+	
Общая трудоемкость	часы	108		+	
	зачетные единицы	3		+	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков

Отраслевой рынок. Понятие, задачи исследования. Историческое развитие теории отраслевых рынков. Микроэкономическая теория и теория цен в теории отраслевых рынков.

Современные направления в теории отраслевых рынков. Гарвардская и чикагская школы. Методологические отличия. Базовая парадигма гарвардской школы «Структура – поведение – результативность». Теория квазиконкурентных рынков. Потенциальная конкуренция как принципиально новый подход в позитивном и нормативном анализе рыночных структур.

Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность. Поведение фирмы в рыночной среде. Пассивное и активное поведение фирмы. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке. Теория игр и развитие представлений о структуре рынков. Современная теория фирмы. Объяснение особенностей поведения фирм на отраслевых рынках.

Тема 2. Сущность, виды, границы отраслевых рынков

Понятие и характерные признаки отраслевого рынка. Виды отраслевых рынков: открытые и замкнутые рынки, стихийные и организованные, глобальные и местные рынки. Пионерные, растущие, зрелые, затухающие рынки. Идентификация отраслевого рынка. Критерии идентификации.

Границы отраслевого рынка: продуктовые, временные, локальные. Методы определения границ отраслевого рынка.

Тема 3. Структура отраслевого рынка

Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка.

Концентрация рынка. Оценка уровня концентрации на отраслевых рынках. Система требований к индексам концентрации. Кривые концентрации. Коэффициенты концентрации. Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс энтропии. Индекс Ханна и Кея. Классификация отраслей по уровню концентрации.

Тема 4. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Определение барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Виды нестратегических барьеров. Виды стратегических барьеров. Статистические показатели оценки уровня барьеров.

еров входа-выхода. Эффективность политики создания отраслевых барьеров. Классификация отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров.

Сравнительный анализ возможных барьеров входа фирм на рынок.

Роль рынка капитала в создании барьеров входа на товарный рынок. Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.

Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков. Условия квазиконкурентности. Барьеры входа - выхода в Российской экономике.

Тема 5. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квазиконкурентные рынки. Квазимонопольные рынки. Эффективность конкурентных рынков. Работающая конкуренция. Критерии работающей конкуренции. Классификация критериев работающей конкуренции: структурные, поведенческие, функциональные.

Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков. Потери общества от монопольной власти. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бейна. Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу. Сравнительная эффективность производства в условиях свободной конкуренции и монополии. Формы проявления монополизма в российской экономике.

Тема 6. Дифференциация продукта

Определение и условия квазимонопольного поведения фирмы на рынке.

Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы. Виды дифференциации продукта.

Модели пространственной дифференциации Хоттелинга и Салона. Модель Ланкастера. Модели вертикальной дифференциации продукции. Реклама как фактор дифференциации товара.

Факторы разнообразия товаров на российских рынках.

Тема 7. Информация как фактор воздействия на рыночную активность

Асимметричная информация. Виды асимметрии информации на рынке. Модель Акерлофа. Несовершенство информации о ценах. Асимметрия информации на рынке кредитов.

Причины несовершенства информационной базы общества и фирмы. Способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации. Проблема негативного отбора и недобросовестного поведения фирмы на рынке. Решение проблемы негативного отбора: сигналы о качестве товаров.

Тема 8. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Определение доминирующей фирмы на рынке. Причины возникновения доминирующей фирмы.

Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель ценового лидерства. Условия возникновения "ценового зонтика".

Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход.

Сопоставление эффективности и потерь благосостояния рынков монополии и доминирующей фирмы.

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.

Эффективность и неэффективность доминирования. Доминирующая фирма в российской экономике.

Тема 9. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Классические модели олигополии.

Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модели Эджворта, Курно, Штакельберга. Лидерство по Штакельбергу, как источник информации о рынке.

Кооперативные модели поведения олигополистов. Понятие картельного соглашения. Причины возникновения картелей. Стимулы к нарушению картельного соглашения. Факторы, облегчающие сохранение картеля. Методы, предотвращающие нарушение картельного соглашения и социальные издержки картелизации.

Тема 10. Ценовая дискриминация

Понятие ценовой дискриминации. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации.

Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа.

Практика ценовой дискриминации: связанные продажи, определение комбинаций объема покупки – цены, сезонное ценообразование, скидки как метод ценовой дискриминации в российской торговле и промышленности, межвременная дискриминация.

Воздействие ценовой дискриминации на экономическое благосостояние. Воздействие на распределение доходов, на экономическую эффективность, на конкуренцию.

Антитрестовская политика в отношении ценовой дискриминации.

Тема 11. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Стимулы к вертикальной интеграции. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Вертикальные взаимодействия в обществе (на примере разных отраслей). Виды вертикальной интеграции.

Формы вертикальных ограничений на рынках: нелинейные цены, поддержание максимальной/минимальной цены, количественное фиксирование объема товара, система «исключительной территории», ограничение числа дистрибьюторов, совместное финансирование усилий по продвижению товара, связанные продажи.

Оценка последствий вертикальной интеграции для экономики: изменение эффективности функционирования, технологические изменения, вертикальный внешний эффект, горизонтальный внешний эффект.

Особенности вертикальных отношений в России. Альтернативные формы расчетов как фактор вертикальной интеграции. Зарубежный опыт государственной политики по отношению к вертикальной интеграции. Квазиинтеграция.

Тема 12. Структуры рынка, патенты и технологические инновации.

Патенты, их виды и патентная защита. Длительность и охват патентной защиты: проблема компромисса. Технологические инновации. Условия стимулирования инновационной деятельности фирмы. Результаты лицензирования. Определение оптимального срока инноваций.

Взаимосвязи между структурой рынка и инновациями. Структура рынка и спрос на инновации. Шумпетерианский подход к монополии и спросу на инновации. Величина расходов на инновации продавца на конкурентном рынке и монополиста при отсутствии угрозы входа. Расходы на инновации укоренившегося продавца и потенциального новичка.

Государственная политика в отношении соглашений об инновациях.

Тема 13. Естественная монополия

Естественная монополия: понятие, необходимые и достаточные условия наличия естественной монополии. Модель однопродуктовой и многопродуктовой естественной монополии.

Регулирование отраслей естественной монополии. Цели и предпосылки регулирования естественных монополий. Тарифное регулирование. Использование ценовой дискриминации в регулировании. Проблемы ценообразования по Рамсею. Цены пиковой и

непиковой нагрузки: управление распределением потребителей между сегментами рынка. От регулирования тарифов к регулированию предельного изменения индекса корзины тарифов. Неэффективность тарифного регулирования естественных монополий. Издержки регулирования. Воздействие регулирования на стимулы и издержки регулируемых компаний. Регулирование нормы доходности и эффект Аверча-Джонсона.

Дерегулирование: проблема выделения естественно-монопольного компонента. Модели развития конкуренции на рынках естественной монополии. Вертикальное обособление и проблема доступа. Теория и практика эффективного составного ценообразования.

Естественная монополия в России и странах с рыночной экономикой.

Тема 14. Государственная отраслевая политика

Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков: сущность, цели, задачи. Типы отраслевой политики по используемым методам (пассивная, активная), по выдвинутым целям (защитная, наступательная) и их сочетание. Основные направления государственной отраслевой политики. Антимонопольная политика. Внешнеторговая политика.

Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства. Меры воздействия антимонопольных органов на рынках с различным уровнем концентрации. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин (вписываются разработчиком)												
		4	5	8	9	10	13							
1.	Деньги, кредит, банки													
2.	Информационный менеджмент													

5.3. Разделы (модули) и темы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек ц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Се- мин.	СРС	Все- го
1.	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	1			1	2	4

2.	Сущность, виды, границы отраслевых рынков	1	-	-	1	2	4
3.	Структура отраслевого рынка	1	-	-	1	2	4
4.	Барьеры входа на рынок и выхода с рынка	1	-	-	1	2	4
5.	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков	1	-	-	2	3	6
6.	Дифференциация продукта	1	-	-	2	3	6
7.	Информация как фактор воздействия на рыночную активность	1	-	-	2	3	6
8.	Поведение доминирующей фирмы на рынке	1	-	-	2	3	6
9.	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке	1	-	-	2	3	6
10.	Ценовая дискриминация	1	-	-	2	4	7
11.	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках	1	-	-	2	4	7
12.	Структуры рынка, патенты и технологические инновации	1	-	-	1	1	3
13.	Естественная монополия	1	-	-	2	3	6
14.	Государственная отраслевая политика	1	-	-	1	1	3
15.	Итого:	14			22	36	72

6. Перечень семинарских, практических занятий или лабораторных работ

№ п/п	№ раздела (модуля) и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	Тема 1,2.	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков. Сущность, виды, границы отраслевых рынков	2	<i>Текущий контроль:</i> -рефераты; -дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> -	ОК-1, ОК-4, ОК-7, ОК-9,

					ОК-12, ПК-12
2.	Тема 3,4.	Структура отраслевого рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка	2	<i>Текущий контроль:</i> - дискуссии; - рефераты <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-4, ОК-7, ОК-9, ОК-12, ПК-12
3.	Тема 5.	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; - рефераты; - дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-9, ОК-12, ПК-1, ПК-4, ПК-12
4.	Тема 6.	Дифференциация продукта	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; - рефераты; - дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-9, ОК-12, ПК-1, ПК-4, ПК-12
5.	Тема 7.	Информация как фактор воздействия на рыночную активность	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; - рефераты; - дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-11, ОК-12, ОК-13, ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-7,

					ПК-9, ПК-12
6.	Тема 8.	Поведение доминирующей фирмы на рынке	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; -рефераты; -дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-4, ПК-9
7.	Тема 9.	Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; -рефераты; -дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-12, ОК-13, ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-8, ПК-10, ПК-12
8.	Тема 10.	Ценовая дискриминация	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; -рефераты; -дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-1, ОК-5, ОК-6, ОК-11, ОК-12, ОК-15, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-8, ПК-10, ПК-12
9.	Тема 11.	Вертикальная интеграция и	2	<i>Текущий контроль:</i> - тесты;	ОК-5,

		вертикальные ограничения на отраслевых рынках		-рефераты; -дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-6, ОК-11, ОК-12, ОК-15, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-10, ПК-12, ПК-13
10	Тема 12,13,14.	Структуры рынка, патенты и технологические инновации. Естественная монополия. Государственная отраслевая политика	4	<i>Текущий контроль:</i> - тесты; -рефераты; -дискуссии <i>Промежуточный контроль:</i> - домашние письменные задания	ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-11, ОК-12, ОК-14, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-10, ПК-14, ПК-15

7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы по дисциплине отсутствуют

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) федеральные законы и нормативные документы (при наличии)

1. от 7 февраля 1992 г. №2300-І «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 17 декабря 1999 г.);

2. от 23 сентября 1992 г. №3520- І «О товарных знаках, знаках обслуживания и мест происхождения товаров»;

3. от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
4. от 8 августа 2001 г. № 134 – ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)»;
5. от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»;
6. от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»
7. от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

б) основная литература:

1. Басовский Л.Е. Макроэкономика: учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 202 с. - (Высшее образование).-гриф УМО
- 2.Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учеб. пособие для бакалавров / А.С. Баздникин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2012. - 370 с. - (Бакалавр. Углубленный курс).-гриф УМО
3. Голованова С. В. Международная торговля в развитии российских товарных рынков: Монография / С.В. Голованова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с. (электронный ресурс <http://www.znaniium.com/>)
4. Национальная экономика: Учебник / Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова; Под общ. ред. Р.М. Нуреева. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 655 с. (электронный ресурс <http://www.znaniium.com/>)
5. Мильнер Б. З. Теория организации: Учебник / Б.З. Мильнер. - 7-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 864 с. (электронный ресурс <http://www.znaniium.com/>)
6. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для бакалавров / под ред. Р.К.Щенина, В.В.Полякова. - М.: Юрайт, 2013. - 446 с. - (Бакалавр. Базовый курс).-гриф МО РФ
7. Поздняков В. Я. Экономика отрасли.: Учебное пособие / В.Я. Поздняков, С.В. Казаков; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 309 с. (электронный ресурс <http://www.znaniium.com/>)
8. Розанова Н.М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов: учебник для бакалавров / Н.М. Розанова. - М.: Юрайт, 2012. - 985 с. - (Учебники НИУ ВШЭ).- гриф МО РФ
9. Серяков С.Г. Микроэкономика: учебник / С.Г. Серяков. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 416 с.-гриф УМО.

в) дополнительная литература

1. Бойцова Е.Ю., Корчагина З.А. Экономика отраслевых рынков. Учеб.-метод.

пособие. - М.: МАКС Пресс, 2008.

2. Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5 / Под ред. Гальперина М.В. – СПб.: Экономическая школа, 2005.

3. Горюнова Т. Н., Фролова Е.В. Экономика отраслевых рынков. Учеб. Пособие. - СПб.: СПбГИЭУ, 2009.

4. Джуха В.М., Курицын А.В., Штапова И.С. Экономика отраслевых рынков. Учеб пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2010. 253с.

5. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков. Учеб. пособие. М.: Бослен, 2008.

6. Пахомова Н.В., Рихтер К.К. Экономика отраслевых рынков и политика государства: Учебник. СПбГУ: Экономика, 2009. 815с.

7. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. Учеб. пособие. М.: Изд-во: ООО «Юрат», 2010. 906с.

8. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков. Учебник. М.: Изд-во: ИНФРА-М, 2010. 441с.

9. Тарануха Ю.В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах). Учебно-методическое пособие / Под общей ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009. – 319 с. – (Серия «Учебники МГУ им. М.В. Ломоносова»).

10. Штапова И. С. Отраслевой рынок: сущность и особенности функционирования. Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2009.

11. Бусыгин В.П., Желободько Е.В., Коковин С.Г., Цыплаков А.А. Микроэкономический анализ несовершенных рынков, ч. I. — Новосибирск, 2000.

12. Касич С.П. Экономические приложения теории игр в задачах и упражнениях по курсу «Теория отраслевых рынков»: Учеб. пособие / Под ред. Гильмундинова В.М. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003. – 91 с

13. Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. — М., 1990.

14. Коуз Р. Экономика организации отрасли: программа исследований / Фирма, рынок и право. — М.: Дело, 1993. - с. 54-69.

15. Найт Ф. Понятие рынка и неопределенности. // THESIS, 1994, вып. 5, с.12-28.

16. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. — М., 1986.

17. Тарануха Ю.В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах): Учебно-методическое пособие / Под общей ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. – 240 с. – (Серия «Учебники МГУ им. М.В. Ломоносова»).

18. Теория фирмы/Под ред. В.М.Гальперина. — Спб.: Экономическая школа, 1995.
19. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. — М., 1996.
20. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. М., Юрайт, 2010. Гл. 5, 13, 14.
21. Луис М.Б. Кабраль. Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Минск, 2003. Гл. 5, п. 5.2.
22. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М., 1999. Гл. 18.
23. О государственной промышленной политике России: проблемы формирования и реализации. М., Торгово-промышленная палата РФ, 2003.
24. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. М.: - ИНФРА – М., 2008. Гл. 11, 12.
25. Бойцова Е.Ю., Корчагина З.А. Экономика отраслевых рынков: Учебно-методическое пособие. – М.: МАКС Пресс, 2008. Гл. 12.

г) программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows 2007; Microsoft Office Prof Plus 2007 Rus; Программа распознавания текста ABBYY FineReader 5.0; Microsoft Office SharePoint 2007 Rus;
2. Программы верстки (печатных публикаций и web-страниц): Настольная издательская система PageMaker; Microsoft Front Page.

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

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

прогнозирования (г. Москва).

9. <http://www.hse.ru> – Государственный университет Высшая школа экономики

10. <http://www.iet.ru> – Институт экономики переходного периода (г. Москва).

11. <http://www.libertarium.ru> – материалы по экономической теории.

12. Книжный интернет-магазин www.ozon.ru

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Теория отраслевых рынков» используются специализированная аудитория и фонд библиотеки.

В специализированной аудитории при подготовке бакалавров по направлению «Экономика» используют : аудио-, видео-, мультимедийные материалы; мультимедийные комплекты, включающие ноутбук, проектор, экран; специальную мебель.

10. Образовательные технологии:

В ходе изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» используются различные образовательные технологии и следующее обеспечение:

Компьютерное и мультимедийное оборудование.

Во время аудиторных занятий лекции проводятся с использованием ПК и проектора, практические занятия– в виде группового обсуждения под руководством преподавателя проблемных вопросов по тематике дисциплины, также используются материалы публикаций в специальных источниках и в электронной форме; аудио, видеокассеты; аудио видео-, электронные конференции, мастер-класс специалиста отрасли. На практических занятиях студентами приобретаются умения решения ситуационных задач в профессиональной области, применения деловых и ролевых игр. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями государственных и общественных организаций.

11. Оценочные средства (ОС):

11.1. *Оценочные средства для входного контроля:*

Тесты для входного контроля

1. Монополия, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке

присутствуют:

А) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;

Б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;

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

2. *Функция предложения монополиста:*

- А) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
- Б) совпадает с функцией предельных издержек;
- В) совпадает с функцией средних издержек;
- Г) нет правильного ответа.

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

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

4. *Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:*

- А) снижению выручки;
- Б) росту цены на продукцию;
- В) снижению объема выпускаемой продукции;
- Г) росту цены и снижению объема выпуска;
- Д) нет правильного ответа.

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

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

6. *Ценовая дискриминация второй степени предполагает:*

- А) межличностное и межперсональное различие цен спроса;
- Б) только межличностное различие цен спроса;
- В) только межперсональное различие цен спроса;
- Г) нет правильного ответа.

7. *Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в отрасли крупной фирмы, если:*

- А) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- Б) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;
- В) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- Г) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.

8. *Вытеснение с рынка высококачественных товаров низкокачественными обусловлено:*

- А) феноменом недобросовестного поведения контрагента;
- Б) проблемой негативного отбора;
- В) нерациональностью потребителей;
- Г) А+Б+В.

9. *Какой из ниже перечисленных факторов не способствует решению проблемы асимметричности информации:*

- А) репутация фирмы;
- Б) гарантии на продукцию;
- В) высокие цены на продукцию;
- Г) расточительные расходы;
- Д) низкие входные цены.

10. *Цены Рамсея для многопродуктового монополиста используются государством для:*

- А) увеличения общественного благосостояния;
- Б) ограничения объемов выпускаемой продукции;
- В) выравнивания цен на различных рынках;
- Г) дотирования естественных монополий;
- Д) нет правильного ответа.

11. *Применение монополиями двуставочного тарифа вместо линейного ведет к:*

- А) потере общественного благосостояния;
- Б) росту общественного благосостояния;
- В) общественное благосостояние не меняется;
- Г) нет правильного ответа.

12. *Объем расходов на рекламу в условиях монополистической конкуренции:*

- А) меньше оптимального;

- Б) больше оптимального;
- В) равен оптимальному;
- Г) может быть как выше, так и ниже оптимального.

13. При долгосрочном равновесии в модели монополистической конкуренции рыночная цена:

- А) равна предельным издержкам;
- Б) превышает средние издержки;
- В) равна средним издержкам;
- Г) равна предельной выручке;
- Д) нет правильного ответа.

14. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- А) торговой марки;
- Б) упаковки;
- В) качества;
- Г) уровня цены;
- Д) уровня дохода;
- Е) удовлетворяемых вкусов.

15. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- А) торговой марки;
- Б) упаковки;
- В) качества;
- Г) уровня цены;
- Д) уровня дохода;
- Е) удовлетворяемых вкусов.

11.2. Оценочные средства для текущего контроля:

Темы рефератов по «Теории отраслевых рынков»

1. Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность.
2. Взаимодействие фирм как система и классификация взаимодействий фирм.
3. Факторы рыночной структуры, влияющие на взаимодействия фирм в рыночной экономике.
4. Контрактные отношения российских предприятий как источник специфических

черт переходной экономики.

5. Сравнительный анализ основных типов рыночных структур.
6. Проблемы конкурентоспособности отрасли в российской экономике.
7. Бартер как межфирменные отношения в переходной экономике.
8. Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.
9. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
10. Особенности квазимонопольного поведения фирм на рынке.
11. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы на рынке.
12. Влияние асимметрии информации на структуру рынка.
13. Доминирующая фирма в российской экономике.
17. Особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на российском рынке.
18. Сговор и картели в экономике России.
19. Стратегия и тактика ценообразования в практике западных фирм.
20. Ценовая дискриминация в экономике России.
21. Психологические особенности ценообразования и последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния.
22. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти.
23. Альтернативные формы расчетов как фактор вертикальной интеграции.
24. Особенности функционирования естественных монополий в России.
25. Проблемы национализации и приватизации отраслей естественной монополии.
26. Теории и методы оценки потерь общественного благосостояния в условиях монополии.
27. Способы создания и поддержания монополии в отрасли.
28. Эволюция антимонопольного законодательства в развитых странах. Особенности в России.
29. Российский монополизм и последствия приватизации экономики.

Тесты для текущего контроля

1. Какие подходы к анализу организации отраслевых рынков вы знаете?
 - а) Макроэкономический подход
 - б) Подход на основе микроэкономического анализа
 - в) Монетаристский подход

г) Системный подход

2. Какие существуют параметры для оценки уровня рыночной концентрации?

а) Численность продавцов на рынке

б) Объем выпуска продукции

в) Распределение рыночных долей фирм, реализующих товар на данном рынке

г) Корреляция цен товаров

3. Выберите показатели концентрации продавцов на рынке.

а) Коэффициент концентрации

б) Индекс Херфиндаля-Хиршмана

в) Х-эффективность

г) Индекс энтропии

д) Коэффициент Джини

е) Коэффициент вариации

ж) Индекс диверсификации

4. Укажите виды барьеров входа фирм на отраслевой рынок.

а) Нестратегические

б) Эффективные

в) Стратегические

г) Организационные

д) Правовые

5. Что предполагают эффективные барьеры?

а) Полную мобильность ресурсов

б) Замедленный вход фирм в отрасль

в) Невозможность войти в отрасль как в краткосрочном, так и долгосрочном пери-

оде

6. Какое значение имеют барьеры выхода?

а) Создают дополнительные барьеры входа в отрасль

б) Уменьшают риск хозяйствования в отрасли

в) Облегчают вход в отрасль

7. Укажите административные барьеры.

а) Квотирование производства

б) Экологические нормы

в) Дифференциация продукции

г) Лицензирование деятельности предприятий

д) Емкость рынка

8. Что представляет собой дифференциация товара?

- а) Разновидность ценовой конкуренции фирм
- б) Форму неценовой конкуренции фирм
- в) Соответствие предпочтениям потребителя

9. Каким образом может быть измерена степень продуктовой дифференциации?

- а) На основе перекрестной эластичности спроса
- б) С помощью индекса энтропии
- в) На основе индекса Хана и Кея
- г) На основе затрат на рекламу
- д) С помощью функции остаточного спроса
- е) На основе расчета «ценового зонтика»

10. Назовите модели пространственной дифференциации продукта.

- а) Модель Курно и модель Бертрана
- б) Модель Штакельберга
- в) Модель Хотеллинга и модель Салопа

11. Что представляет собой условие Дорфмана - Штайнера?

а) Цена меняется в зависимости от объема покупки и средние расходы покупателя на единицу товара тоже изменяются

б) Каждая фирма будет назначать цену, равную цене конкурента с поправкой на величину транспортных расходов

в) Фирма для максимизации прибыли выбирает такой уровень расходов на рекламу и назначает такую цену, чтобы доля рекламных расходов в совокупной выручке фирмы была прямо пропорциональна эластичности рекламных расходов и обратно пропорциональна ценовой эластичности спроса

12. Какие факторы определяют возможность появления и функционирования доминирующей фирмы?

- а) Повышение цен и ограничение выпуска продукции
- б) Слияние (поглощение) и инновационные процессы в отрасли
- в) Повышение издержек и льготы, предоставляемые государством

13. Что должна учитывать доминирующая фирма при разработке стратегии своего поведения?

- а) Реакцию фирм конкурентного окружения
- б) Количество лет (опыт) на данном рынке
- в) Запатентованные инновации

14. От чего зависит рыночная власть доминирующей фирмы в долгосрочном перио-

де?

- а) от доли доминирующей фирмы
- б) от изменения рыночной цены
- в) от числа фирм, способных войти на рынок и их скорости входа на него

15. Какая модель анализирует стратегическое взаимодействие фирм по принципу «лидер - последователь»?

- а) Модель Штакельберга
- б) Модель Чемберлина
- в) Модель Курно

16. Что представляет собой изопрофита?

- а) Реакцию олигополиста на изменение цены
- б) Равновесный объем выпуска продукции
- в) Линию постоянной величины прибыли олигополиста при различных комбинациях объема выпуска конкурентами

17. Что лежит в основе парадокса Бертрана?

- а) Предпосылка о дифференцированных продуктах
- б) Предпосылка об однородности производимой продукции
- в) Предпосылка об ограниченности производственных мощностей дуополистов

18. Как ведут себя фирмы, образующие картель?

- а) Как единый монополист, максимизируя совокупную прибыль отрасли
- б) Как объединение олигополистов, имеющих разные экономические интересы
- в) Как объединение олигополистов, распределяющих рыночные доли

19. Назовите цель ценовой дискриминации.

- а) Снизить издержки производства
- б) Получить положительную прибыль
- в) Захват фирмой потребительского излишка в максимально возможном количестве

20. Что представляет собой нелинейное ценообразование?

- а) Равные цены за единицу продукта
- б) Расходы потребителя не пропорциональны покупаемому объему
- в) Способ тайных ценовых скидок при продаже связанного товара по более низкой

цене

21. Назовите разновидности ценовой дискриминации второй степени.

- а) Простой тариф, блочный тариф, двойной тариф
- б) Зональные цены, дифференциация цен в зависимости от статуса потребителя
- в) Взаимосвязанные продажи при фиксированных пропорциях производства и не-

фиксированных

22. Каковы психологические методы ценовой дискриминации?

а) Повышенный тариф в «часы пик», скидки для заказчиков в наименее загруженные часы

б) Трансфертное ценообразование и ценообразование клубных благ

в) Эффект Вебера - Фешнера, эффект «странных цифр», эффект «якоря»

23. Какая стратегия ценообразования быстро дает средства для покрытия расходов на НИОКР, сдерживает спрос пока производство не увеличится и привлекает конкурентов?

а) Цена плавного спуска

б) Цена снятия сливок

в) Цена проникновения

24. Что является основным фактором против вертикальной интеграции?

а) Барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм продавцов

б) Проблема «двойной надбавки»

в) Вид поставщика

25. Что предполагает право исключительной территории?

а) Нормирование объема сбыта

б) Использование исключительных контрактов

в) Пространственную дифференциацию рынка и сегментацию рынка по видам покупателей

26. Назовите основной тип вертикальной квазиинтеграции в России.

а) Интеграция ресурса

б) Картели

в) Отношения давальчества

27. Что представляет собой X-неэффективность?

а) Альтернативные издержки монополизации

б) Разницу между эффективным уровнем издержек в отрасли и реальным уровнем издержек монополиста

в) Издержки производства в условиях монополии ниже, чем в условиях конкуренции

28. От каких факторов зависит величина чистых потерь?

а) От величины монопольной нормы прибыли и размера монопольного рынка

б) От величины потребительских излишков

в) От общих издержек и величины «мертвого груза»

29. К чему приводит ценообразование Рамсея для многопродуктового естественного монополиста?

- а) Цена устанавливается на уровне средних издержек
- б) К отклонению цены товара от его предельных издержек обратно пропорционально эластичности спроса на этот товар
- в) К недоучету эффекта дохода и изменению предельной полезности денег

11.3. Оценочные средства для самоконтроля обучающихся

Вопросы для самопроверки:

1. Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Подходы к анализу отраслевых рынков.
2. Определение рынка и отрасли. Границы рынка. Виды рынков.
3. Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие рыночную структуру.
4. Характеристика основных рыночных структур.
5. Концентрация продавцов на рынке. Показатели концентрации. Кривые концентрации.
6. Рыночная власть фирмы на отраслевом рынке и ее источники. Показатели рыночной власти.
7. Последствия реализации монопольной власти на отраслевом рынке.
8. Барьеры входа и выхода и структура отраслевого рынка.
9. Стратегические барьеры входа фирм на отраслевой рынок.
10. Модели ценообразования, ограничивающего вход на отраслевой рынок: модель Модильяни.
11. Виды нестратегических барьеров.
12. Показатели оценки барьеров входа-выхода фирм.
13. Понятие продуктовой дифференциации, ее виды. Экономическая природа брендов.
14. Измерение продуктовой дифференциации, показатели дифференциации.
15. Характеристика олигополистического рынка.
16. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополии. Классификация несогласованных моделей олигополии.
17. Ценовые модели олигополистического взаимодействия.
18. Характеристика рынка доминирующей фирмы.

19. Картель как форма согласованного взаимодействия фирм на отраслевом рынке.
Механизм формирования картеля.
20. Причины нестабильности картельных соглашений. Факторы, обеспечивающие устойчивость картельных соглашений.
21. Экономическая природа естественной монополии.
22. Естественная монополия при растущем эффекте масштаба производства и при ограниченном спросе.
23. Методы государственного регулирования естественной монополии.
24. Проблемы реформирования отраслей естественной монополии в России и странах с рыночной экономикой.
25. Природа, цели и условия осуществления ценовой дискриминации.
26. Интеграционные процессы на отраслевом рынке и формы их проявления.
27. Мотивы к формированию вертикально интегрированных структур.
28. Вертикальная интеграция, ее последствия. Эффект «двойной маргинализации».
29. Виды вертикальных ограничений и их последствия.
30. Процессы дезинтеграции. Аутсорсинг.
31. Новые тенденции в развитии интеграционных процессов. Деятельность сетевых структур и кластеров
32. Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения, слияния фирм.
33. Мотивы слияний и поглощений. Современные тенденции в практике слияний и поглощений фирм.
34. Необходимость промышленной (отраслевой) политики государства. «Провалы» рынка.
35. Промышленная политика государства в зарубежных странах. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции.
36. Задачи государственной промышленной политики в России.
37. Цели и методы государственной антимонопольной политики.
38. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония).
39. Антимонопольная политика в России.
40. Результативность отраслевых рынков: подходы к исследованию.

11.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена или зачета).

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Определение предмета.

2. Два подхода к анализу организации отраслевых рынков.
3. Современные направления исследований в теории отраслевых рынков.
4. Фирма: понятие и признаки. Основные концепции фирмы.
5. Цели деятельности фирмы и стратегии выживания фирмы.
6. Структура рынка: понятие, факторы, критерии классификации.
7. Понятие концентрации и показатели измерения.
8. Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков.
9. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков.
10. Определение барьеров входа-выхода на рынок.
11. Виды нестратегических барьеров.
12. Виды стратегических барьеров.
13. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
14. Понятие и виды дифференциации продукта.
15. Модель пространственной дифференциации Хотеллинга.
16. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона.
17. Неполнота информации и асимметричность.
18. Модель "рынка лимонов" Акерлофа.
19. Проблемы "риска недобросовестности контрагента" и "негативного отбора".
20. Решение "проблемы лимонов": сигналы о качестве.
21. Поведение доминирующей фирмы на рынке.
22. Классификация некооперативных стратегий поведения крупных фирм.
23. Кооперативные модели поведения олигополистов.
24. Понятия и виды ценовой дискриминации
25. Понятие и типы вертикальной интеграции.
26. Стимулы к вертикальной интеграции.
27. Виды вертикальной интеграции и вертикальных контрактов (ограничений).
28. Зарубежный опыт государственной политики по отношению к вертикальной интеграции.
29. Особенности вертикальных отношений в России.
30. Последствия вертикальной интеграции для экономики.
31. Естественная монополия: понятие, условия наличия и регулирование отраслей естественной монополии.
32. Взаимосвязи между структурой рынка и технологическими инновациями.
33. Государственная отраслевая политика: понятие, типы и принципы построения.
34. Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонополь-

ной и конкурентной политики государства.

35. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России

Разработчик:

Малова И.В. – к.э.н., ст.преподаватель кафедры КТиЭ ИФ РГТЭУ

Эксперт: _____