

Кафедра Экономики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.2 Теория отраслевых рынков

Направление подготовки	<i>38.03.01 Экономика</i>
Профиль	<i>ФК, БУАиА, ЭПО</i>
Уровень высшего образования	<i>Бакалавриат</i>
Программа подготовки	<i>Академический бакалавриат</i>

Иваново

Рецензенты:

1.

2.

Аннотация рабочей программы дисциплины **Цель дисциплины**

Дисциплина «Теория отраслевых рынков»:

- формирует систему знаний о концепциях рыночных структур, функциях основных звеньев рыночной экономики;
- углубляет понимание закономерностей как рыночного поведения фирмы, так и ее внутренней организации, принципов принятия ею оптимальных экономических решений, основ взаимодействия субъектов экономики;
- объясняет влияние структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;

- развивает практические навыки микроэкономического анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционированию отраслей экономики для оценки их эффективности.

Учебные задачи дисциплины

- знакомство студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков;
- развитие навыков применения микроэкономического анализа для объяснения формирования структуры рынка и влияния структуры рынка на конкуренцию;
- изучение методов анализа отраслевых рынков.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.

Составитель(и): Рамазанов Джалалудин Исамутдинович, к.э.н., доцент кафедры экономики

(подпись)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры _____

протокол № _____ от « _____ » _____ 201__ г.
Заведующий кафедрой _____ / Степанова С.М., д.э.н., проф.)
(подпись)

*Согласовано _____

МП _____ (подпись) _____ (ФИО представителя бизнес-сообщества или государственных органов управления, должность и место работы)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу « _____ », название дисциплины

утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № _____ от « _____ » _____ 201__ г.

Заведующий кафедрой _____ (подпись) _____ (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № _____ от « _____ » _____ 201__ г.

Председатель _____ (подпись) _____ (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу « _____ », название дисциплины

утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № _____ от « _____ » _____ 201__ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу « _____ », название дисциплины
утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Содержание

I. Организационно-методический раздел

Цель дисциплины

Дисциплина «Теория отраслевых рынков»:

- формирует систему знаний о концепциях рыночных структур, функциях основных звеньев рыночной экономики;
- углубляет понимание закономерностей как рыночного поведения фирмы, так и ее внутренней организации, принципов принятия ею оптимальных экономических решений, основ взаимодействия субъектов экономики;
- объясняет влияние структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;

- развивает практические навыки микроэкономического анализа применительно к исследованию рыночных структур и функционированию отраслей экономики для оценки их эффективности.

Учебные задачи дисциплины

- знакомство студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков;
- развитие навыков применения микроэкономического анализа для объяснения формирования структуры рынка и влияния структуры рынка на конкуренцию;
- изучение методов анализа отраслевых рынков.

Место дисциплины «Теория отраслевых рынков» в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к базовой части учебного плана и относится к дисциплинам по выбору.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатель объема дисциплины	Всего часов		
	Очная ф.о.	Заочная ф.о.	Очно-заочная ф.о.
Объем дисциплины в зачетных единицах	3		
Объем дисциплины в часах	108		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	36	6	-
Объем аудиторной работы (всего)	36	6	-
в том числе:			-
• лекции	14	4	-
• лабораторные занятия			-
• практические занятия	22	2	-
Объем электронного обучения	8		-
в том числе:			-
• лекции	6	2	-
• практические занятия	2	-	-
Самостоятельная работа (всего)	36	62	-

Изучение данной дисциплины опирается на знания, полученные в ходе освоения таких дисциплин как, «Микроэкономика», «Макроэкономика», «История экономических учений». В свою очередь, изучение дисциплины «Теория отраслевых рынков» является необходимой основой для овладения знаниями по таким дисциплинам как, «Стратегическое бизнес планирование», «Экономическая безопасность» и др.

Для успешного освоения дисциплины «Институциональная экономика», студент должен:

- знать основные этапы и события экономической истории (ОК-3);
- знать базовые философские концепции и методы познания (ОК-1,5,7);
- знать основные концепции и модели экономической теории (ОК-3);
- уметь использовать современные технические средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач (ОПК-2);
- владеть навыками самостоятельной работы (ОК-7).

Требования к результатам освоения содержания дисциплины «Теория отраслевых рынков».

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:
ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

В результате освоения компетенции **ОК-3** студент должен:

Знать: основные теоретические положения и ключевые концепции современной теории отраслевых рынков

Уметь: использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности

Владеть: методологией исследования проблем развития теории конкуренции и отраслевых рынков

ОПК-2 - способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач В результате освоения компетенции **ОПК-2** студент должен:

Знать: методы и принципы анализа рыночных структур

Уметь: использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии

Владеть: современными методиками расчета показателей, характеризующих конкуренцию, структуры рынков и экономическое поведение хозяйствующих субъектов с целью анализа современной экономической жизни России и других стран

вид деятельности; аналитическая

ПК-4 – способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

В результате освоения компетенции **ПК-4** студент должен:

Знать: основные модели, применяемые при изучении рыночных структур

Уметь: использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности с помощью моделирования.

Владеть: категориальным аппаратом дисциплины на уровне понимания и свободного воспроизведения

вид деятельности; аналитическая

ПК-6 – способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей

В результате освоения компетенции **ПК-6** студент должен:

Знать: тенденции развития отраслевых рынков в отечественной и зарубежной экономиках

Уметь: применять выводы, сделанные на основе анализа отраслевых рынков зарубежных стран, для долгосрочного прогнозирования развития рынков в России

Владеть: навыками систематической работы с статистической и справочной литературой, публикациями по современной теории отраслевых рынков

Формы контроля освоения дисциплины

Текущий контроль. Текущий контроль за освоение дисциплины осуществляется в каждом дисциплинарном разделе отдельно. Текущий контроль осуществляется в форме:

- тест по теме дисциплины;
- письменные домашние задания;
- контрольные работы;
- подготовка докладов и рефератов;
- индивидуальные и групповые опросы.

Промежуточная аттестация в шестом семестре – экзамен (в письменной форме).

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Теория отраслевых рынков» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы

№	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание		Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
1	Фирма в теории отраслевых рынков	<p>Отраслевой рынок. Понятие, задачи исследования. Историческое развитие теории отраслевых рынков.</p> <p>Микроэкономическая теория и теория цен в теории отраслевых рынков.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		ОК – 3; ОПК – 2;	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономические основы отраслевых рынков; методы и принципы анализа рыночных структур; - новые модели, применяемые при изучении рыночных структур; - Современные направления в теории отраслевых рынков <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономической терминологией и лексикой данной дисциплины; - инструментарием теории игр 	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе
2	Конкуренция и монополия	Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квазиконкурентные	ПК – 4; ПК – 6;	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проблемы конкуренции и монополий - показатели монопольной власти <p>Уметь:</p>	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей,	

		<p>рынки. Квaziмонопоольные 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 монопоольной власти. Показатели монопоольной власти. Коэффициент Бейна. Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу. Сравнительная эффективность производства в условиях свободной конкуренции и монополии. Формы проявления монополизма в российской экономике.</p>		<p>- рассчитывать коэффициенты, характеризующие монопоольную власть; Владеть: - экономической терминологией и лексикой данной главы - навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике.</p>	<p>групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе</p>
3	Структура отрасли. Рыночная концентрация и монопоольная власть	Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка.	ПК – 6	<p>Знать: - знать структуру и факторы ее определяющие - показатели</p>	<p>Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации</p>

		<p>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. Определение барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Виды нестратегических барьеров. Виды стратегических барьеров. Статистические показатели оценки уровня барьеров 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.</p>		<p>концентрации рынка - барьеры входа на рынок Уметь: - строить кривые концентрации - рассчитывать коэффициенты концентрации Владеть: - экономической терминологией и лексикой данной главы - навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике. - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории отраслевых рынков и практике их развития;</p>	<p>преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе</p>
--	--	---	--	---	---

		<p>Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков. Условия квазиконкурентности. Барьеры входа - выхода в Российской экономике.</p>			
4	Рынок доминирующей фирмы	<p>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</p>	ПК – 4	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определение и причины возникновения доминирующей фирмы. - модели доминирующей фирмы - эффективность и неэффективность доминирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить модели доминирующей фирмы - сопоставлять эффективность и потери благосостояния рынков монополии и доминирующей фирмы <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономической терминологией и лексикой данной главы - навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике. - навыками 	<p>Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе</p>

		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.		самостоятельного овладения новыми знаниями по теории отраслевых рынков и практике их развития;	
5	Асимметричная информация как фактор монопольной власти	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 усиления асимметрии ценовой информации. Проблема негативного отбора и недобросовестного поведения фирмы на рынке. Решение	ПК – 6	Знать: - асимметричную информацию и ее виды; - причины асимметрии информации; Уметь: - описать модель Акерлофа Владеть: - методологией построения и использования моделей; - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе.	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе

		проблемы негативного отбора: сигналы о качестве товаров.			
6	Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	<p>Определение и условия квазимонопольного поведения фирмы на рынке.</p> <p>Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы. Виды дифференциации продукта.</p> <p>Модели пространственной дифференциации Хоттелинга и Салона. Модель Ланкастера.</p> <p>Модели вертикальной дифференциации продукции. Реклама как фактор дифференциации товара.</p> <p>Факторы разнообразия товаров на российских рынках.</p>	ПК – 4	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дифференциацию товара и его виды - основные модели дифференциации продукта <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить модели дифференциации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией построения и использования моделей; - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе. 	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе
7	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	<p>Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Стимулы к вертикальной интеграции.</p> <p>Вертикальная интеграция как источник монопольной власти.</p> <p>Вертикальные взаимодействия в обществе (на примере</p>	ПК – 6 ПК – 4	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений; - формы вертикальных ограничений на рынках; - особенности вертикальных отношений в России; <p>Уметь:</p>	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе

		<p>разных отраслей). Виды вертикальной интеграции.</p> <p>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.</p> <p>Оценка последствий вертикальной интеграции для экономики: изменение эффективности функционирования, технологические изменения, вертикальный внешний эффект, горизонтальный внешний эффект.</p> <p>Особенности вертикальных отношений в России. Альтернативные формы расчетов как фактор вертикальной интеграции. Зарубежный опыт государственной политики по отношению</p>		<p>- оценивать последствия вертикальной интеграции;</p> <p>-</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками самостоятельной аналитической работы;</p> <p>- методами ведения дискуссий и результативной работы в группе.</p>	
--	--	--	--	---	--

		к вертикальной интеграции. Квазиинтеграция.			
8	Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение 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.	ПК – 4	Знать: - модели олигополии и парадокс Бертрана; - картельные соглашения; Уметь: - анализировать различные модели олигополии Владеть: - методологией построения и использования моделей; - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе.	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе
9	Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке	Понятие ценовой дискриминации. Мотивы и условия эффективности ценовой	ПК – 6 ПК – 4	Знать: - ценовую дискриминацию и ее типы;	Лекции, семинары, письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа

		<p>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.</p>		<p>- методы ценовой дискриминации; - влияние ценовой дискриминации на благосостояние Уметь: - анализировать различные практики ценовой дискриминации Владеть: - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе.</p>	<p>студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе</p>
10	Государственная	Политика	ОК-3	Знать:	Лекции, семинары,

	отраслевая политика	<p>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.</p>	ОПК-2	<p>- государственную отраслевую политику; - типы отраслевой политики; -мировой опыт отраслевой политики Уметь: - анализировать и сравнивать российские и мировые тенденции в отраслевой политике Владеть: - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе.</p>	<p>письменные и устные домашние задания, самостоятельная работа студентов, консультации преподавателей, групповые дискуссии, ролевые игры, презентация и обсуждение эссе</p>
--	---------------------	--	--------------	--	--

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Теория отраслевых рынков» используются следующие **основные (стандартные)** методы обучения и формы организации занятий:

Формы организации занятий	Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий
<ul style="list-style-type: none">• Лекции (в том числе интерактивные);• семинары, в ходе которых:<ul style="list-style-type: none">- проверяются письменные и устные домашние задания;- проводятся индивидуальные и групповые опросы;- обсуждаются доклады и рефераты;- проводятся контрольные работы;- используются различные интерактивные формы и методы обучения;• письменные и устные домашние задания;• консультации преподавателей;• самостоятельная работа студентов.	<ul style="list-style-type: none">• групповые дискуссии;• ролевые игры,• презентация и обсуждение подготовленных студентами эссе, докладов и рефератов;

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендуемая литература

Базовый учебник:

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2010.

Основная литература:

1. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 3-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб: «Экономическая школа» ГУ ВШЭ. 2008. Т.2.
2. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков. - М.: Бослен, 2008.
3. [Пахомова Н.В., Рихтер К.К.](#) Экономика отраслевых рынков и политика государства: Учебник. – СПб СПбГУ: Экономика, 2009.
4. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. Учеб. пособие. М.: Изд-во: ООО «Юрат», 2010.
5. Тарануха Ю.В. Теория 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.

Дополнительная литература

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. Учебник. – М.: Изд-во «Магистр», 1998.
2. Авдашева С.Б., Розанова Н.М., Поповская Е.В. Вертикальные ограничения в российской экономике. — М.: ТЕИС, 2000.

3. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS, 1994, вып. 5.
4. Ансоф И. Стратегическое управление. — М.: Экономика, 1989.
5. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков / Пер. с англ. А.Д. Шведа. — М.: Новое знание, 2003.
6. Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство. - М., 2001.
7. Коуз Р. Экономика организации отрасли: программа исследований / Фирма, рынок и право. — М.: Дело, 1993.
8. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. — М., 1986.
9. Розанова Н.М., Авдашева С.Б. Лекции по теории отраслевых рынков. — М.: ВШЭ, 1996.
10. Розанова Н.М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов: учебник для бакалавров. — М.: Юрайт, 2012.
11. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. — СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996.
12. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. Учеб. пособие. Пер. с англ. / Под ред. В.В. Герасименко. - М.: Финансы и статистика. 2004.
13. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. — М., 1996.
14. Экономика отрасли. Под ред. Пелих А.С. — Ростов н/Д: «Феникс», 2003.
15. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. — М.: ГНОМ-Д, 2001.
16. Carlton D.W., Perloff J.M. Modern Industrial Organization. — Addison-Wesley, 2000.
17. Waldman D., Jensen E. Industrial Organization: Theory and Practice, 2-ed. — Addison-Wesley, 2001.

Рекомендуемые Интернет - ресурсы

1. Электронный обучающий курс. Бакалавр: Микроэкономика: электронный учебник. Под ред. А.Ю. Юданова — М.: КНОРУС, 2012.
2. Библиотека материалов по экономической тематике — <http://www.libertarium.ru/library>
3. Галерея экономистов — <http://www.ise.openlab.spb.ru/cgi-ise/gallery>
4. Лауреаты Нобелевской премии по экономике: <http://www.nobel.se/economics/laureates>
<http://www.almaz.com/nobel/economics>
5. Материалы по социально-экономическому положению и развитию в России — <http://www.finansy.ru>
6. Мониторинг экономических показателей — <http://www.budgetrf.ru>
7. Официальный сайт Банка России (аналитические материалы) — <http://www.cbr.ru>
8. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) <http://www.rbc.ru>
9. Сайт Думной Н.Н., заведующей кафедрой «Микроэкономика» Финансового университета — <http://www.dumnaya.ru>
10. Сайт Юданова А.Ю., редактора базового учебника Финакадемии по курсу микроэкономики, профессора кафедры «Микроэкономика» Финансового университета — <http://www.yudanov.ru>

Рекомендуемые обучающие, справочно-информационные, контролирующие и прочие компьютерные программы, используемые при изучении дисциплины «Институциональная экономика»

№ п/п	Название рекомендуемых по разделам и темам программы технических и компьютерных средств обучения	Номера тем
1.	Изучение Интернет-источников при помощи различных Интернет-браузеров	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.
2.	Написание домашних работ при помощи	4, 5, 6, 7, 8.

	текстовых редакторов и электронных таблиц (например, Word, Excell)	
3.	Подготовка сообщений при помощи редакторов электронных презентаций (Power Point)	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

Материально – техническое обеспечение дисциплины

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» обеспечена презентациями по всем темам дисциплины, заданиями для самостоятельной работы, а также тематикой рефератов и эссе.

В процессе преподавания дисциплины «Теория отраслевых рынков» используются следующие материально-технические средства: проектор, совмещенный с ноутбуком, для чтения лекций преподавателями и демонстрации презентаций студентов.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема 1. Предмет и методология. Теории отраслевых рынков. Основные теории фирмы

Занятие 1.

1. Отраслевой рынок. Подходы к анализу отраслевых рынков в мировой экономической литературе: положительные стороны и ограничения.

2. Базовая парадигма «Структура - поведение – результативность». Гарвардская и чикагская традиции в анализе поведения фирм на рынке.

2. Технологические и институциональные факторы выбора границ фирмы. Горизонтальные границы. Минимальный эффективный выпуск. Относительное преимущество в издержках. Вертикальные границы фирмы. Выбор «покупать или производить».

3. Организационная структура, размеры и эффективность фирм. Внутренняя структура фирмы.

4. Институциональный подход к анализу фирмы с точки зрения трансакционных издержек: причины существования рынков и фирм. Трансакционные издержки и издержки по управлению. Трансакционные издержки и издержки по контролю в определении границ рынка и фирмы.

5. Альтернативные цели фирмы и агентов внутри фирмы. Агентская проблема, отделение собственности от управления и инструменты корпоративного управления. Национальные модели корпоративного управления.

Основная литература

1. [1]¹ Гл. 1,2.
2. [3] Гл. I.
3. [6] Гл. 1.
4. [7] Гл. 5.
5. [8] Лекции 1,2,3.

Дополнительная литература

1. [5] Введение, Гл. 1.
2. [7] с. 54-69.
3. [10] Гл. 11.

¹ В квадратных скобках указан номер учебника из Списка рекомендуемой литературы

4. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

Тема 2. Структура отраслевого рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Занятие 1.

1. Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Показатели рыночной власти фирм: индекс Бейна, индекс Лернера, коэффициент Тобина, коэффициент Ротшильда.

2. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших фирм, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана: положительные стороны и ограничения.

3. Барьеры входа на рынок: понятие (определения Дж.Бэйна, Дж.Стиглера, А.Вайзцекера), классификация. Классификация отраслей Дж.Бэйна по высоте барьеров входа.

4. Нестратегические барьеры. Емкость рынка. Барьер капитальных затрат. Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация.

5. Стратегические барьеры. Ценообразование, ограничивающее вход: модель Бейна, модель Модильяни. Грабительское ценообразование. Барьер избыточных мощностей. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами. Дифференциация товара. Оценка высоты барьеров входа. Динамика рынка (проблемы входа-выхода с точки зрения долгосрочного периода). Барьеры входа - выхода в Российской экономике.

Основная литература

1. [1] Гл. 2.
2. [3] Гл. 5, 6.
3. [6] Гл. 4.
4. [8] Лекции 5, 6.

Дополнительная литература

1. [1] Гл. 2.

Тема 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

Занятие 1.

1. **Конкуренция и эффективность конкурентных рынков. Альтернативные концепции конкуренции: конкуренция как поведение экономических агентов, конкуренция как структура рынка. долгосрочные и краткосрочные аспекты конкуренции.**

2. **Монополия: причины существования. Потери общества от монопольного поведения в краткосрочном и долгосрочном периодах. Неэффективность монопольного ценообразования. Оценка потерь от монопольных эффектов: аллокативная неэффективность; производственная неэффективность (Х-неэффективность); динамическая неэффективность; распределительная неэффективность.**

3. Многозаводской монополист. Модель монополиста, принимающего решения об оптимальном выпуске на нескольких заводах с разными технологиями.

4. **Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Факторы, исключаящие арбитраж. Практика ценовой дискриминации. Влияние ценовой дискриминации разных типов на общественное благосостояние.**

5. Монополия и конкуренция с точки зрения общественного благосостояния: эффективность, потери – минимальные, нулевые и максимальные. Особенность монополии на рынках с экстерналиями, на рынках общественных товаров.

Основная литература

1. [1] Гл. 3, 9.
2. [2] Гл. 9, 10.
3. [4] Гл. 6, 10.
4. [7] Гл. 6.
5. [8] Лекция 12.
6. [10] Гл. 1, 6.

Дополнительная литература

1. [1] Гл. 3.
2. [9] Лекция 4.
3. [10] Гл. 14.
4. Болочев С. Изменение совокупного выпуска фирмы-монополиста как критерий допустимости ценовой дискриминации третьей степени // Российский экономический Интернет-журнал. – <http://www.e-rej.ru/Articles/2009/Bolochev.pdf>
5. Гусев К., Гурин А. Российская экономика: от монополизации к модернизации // Банковское дело. – 2010. – № 4. – С. 14-18.
6. Королькова Е.И. Естественная монополия: регулирование и конкуренция (курс лекций). Экономический журнал ВШЭ, т.4., 2000, №4. Лекция 2. Ценовая дискриминация.
7. Лейбенштейн Х. Аллокативная эффективность в сравнении с «Х-эффективностью». В: Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 2. / Под ред. Гальперина М.В. – СПб: «Экономическая школа», 2000.
8. Осадчая И. Становление крупных бизнес-структур в России и их взаимоотношения с государством // Наука и жизнь. – 2007. – № 2.
9. Прыганов С. Монополизация стала барьером для российской экономики // Экономист. – 2007. – № 6.
10. Рейтинг крупнейших компаний России по объему реализации продукции // Эксперт. – 2007. – № 36.
11. Хмелев М. России зарождается страховой монополист // Финансовые известия. – 2008. – № 19.

Тема 4. Информация как фактор воздействия на рыночную активность

Занятие 1.

1. Неполнота и асимметрия информации. Виды асимметрии информации на рынке. Проблемы «негативного отбора» и «морального риска» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Дж.Акерлофа.

2. Способы решения проблемы «неблагоприятного отбора». Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации.

3. Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации. Асимметрия информации о ценах. Государственная политика в решении проблем асимметричной информации о качестве.

Основная литература

1. [1] Гл. 5.
2. [4] Гл. 15.
3. [8] Лекция 15.

Дополнительная литература

1. [1] Гл. 5.

2. [3] С. 91-104.
3. Милгром П., Робертс Дж. Ценовые и рекламные сигналы качества продукции. – В: Вехи экономической мысли, т. 5, 2003.
4. Практика рекламы от ведущих мировых экспертов / под ред. Эдриана Макэя / пер. с англ. В. Кузина / под ред. и с предисл. А. Андреевой. – М.: Эксмо, 2009.
5. Ривс Р. Реальность в рекламе / Пер. с англ. – М.: Северо, 2007.

Тема 5. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Занятие 1.

1. Доминирующая фирма: критерии, причины. Дуополия с однородным и дифференцированным товаром. Олигополия по Штакельбергу с N последователями. Модель Форхаймера.

2. Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель ценового лидерства. «Ценовой зонтик».

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

4. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. «Самоубийственное» ценообразование.

5. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы. Модель Ланкастера.

6. Эффективность доминирующей фирмы: потери общества в условиях монополии и доминирующей фирмы.

Основная литература

1. [6] Гл. 8, 9.
2. [8] Лекция 10.
3. [9] Тема 6.

Дополнительная литература

1. [10] Гл. 15.
2. Градов А. Проблемы эффективности стратегии фирмы / А. Градов, А. Атавина // Экономическая наука современной России. – 2008. – № 1.
3. Марвел Г. Исключительное лидерство. – В: Вехи экономической мысли, т. 5, 2003.

Тема 6. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Занятие 1.

1. Олигопольный рынок: предпосылки. Классификация моделей олигополии.

2. Парадокс Бертрана. Предпосылки модели Бертрана и последствия отказа от них. Повторяющиеся взаимодействия и «народная теорема».

3. Дифференциация продукта и ценовая конкуренция. Выбор цен в условиях ограниченных мощностей, модель Бертрана-Эджворта. Взаимосвязь между моделями Бертрана и Курно.

4. Сговор. Повторяющиеся взаимодействия и стабильность сговора. Сговор и ценовые войны. Факторы, влияющие на стимулы к сговору.

5. Проблема выявления нарушений соглашений Антимонопольная политика в отношении явного и молчаливого сговора.

Основная литература

1. [1] Гл. 8.
2. [2] Гл. 11.
3. [4] Гл. 9.
4. [6] Гл. 6, 7.
5. [8] Лекции 9, 11.

Дополнительная литература

1. [1] Гл. 8.
2. [9] Лекция 8.
3. [10] Гл. 15.
4. Геворкян П., Малыхин В. Современные продвижения в модели Курно сотрудничества и конкуренции // Российский экономический Интернет-журнал. – http://www.e-rej.ru/Articles/2009/Gevorkyan_Malykhin1.pdf
5. Стиглер Дж. Дж. Теория олигополии. – В: Вехи экономической мысли, т. 2., 2000.
6. Цветков В. Особенности формирования и развития крупного российского бизнеса // ЭКО. – 2005. – № 8.
7. Эдель Г. Формирование олигополии в цементной отрасли России в период 1990 – 2008 гг. // Вестник Института экономики РАН. 2010. № 1. // elibrary.ru/download/51657082.pdf

Тема 7. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

Занятие 1.

1. Уровень концентрации покупателей. Двухсторонняя монополия. Власть продавца и власть покупателя: формы проявления. Власть покупателя: воздействие на параметры рыночного равновесия.

2. Вертикальная интеграция: причины в странах с развитой рыночной экономикой, в странах с переходной экономикой, в развивающихся странах Эффективность вертикальной интеграции. Модели «двойной надбавки», трансакционных издержек, неопределенности, сокрытия налогов, внешних эффектов.

3. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Действие уравнивающей силы и потребительские цены. Двухсторонняя олигополия. Перераспределение выгод.

4. Вертикальные ограничения: законодательный и экономический аспекты. Контроль уровня розничных цен в теории и на практике. Ограничительный франчайзинг.

5. Особенности вертикальных отношений в России.

Основная литература

1. [3] Гл. XVII, XVIII.
2. [6] Гл. 11.
3. [8] Лекция 7.

Дополнительная литература

1. [1] Гл. 7.
2. Кирцнер И. Конкуренция и Предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
3. Наркевич Е.Г. Франчайзинг как форма кооперации: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право, 2012. № 4. - С. 22-25.
4. Аборвалова О.Н. Франчайзинг в торговле // Теория и практика общественного развития, 2013. № 2. - С. 57-59.

Тема 8. Структуры рынка, патенты и технологические инновации

Занятие 1.

1. Структура рынка и стимулы к инновациям. Гипотеза Шумпетера. Эмпирическая проверка шумпетерианской гипотезы.

2. Патенты и патентная защита.

3. Сетевые эффекты потребления. Функция спроса в условиях сетевых эффектов потребления. Влияние сетевых эффектов потребления на возможные равновесия.

Основная литература

1. [1] Гл. 10.
2. [3] Гл. IX, X, XI, XII, XIII.

3. [6] Гл. 14.
4. [8] Лекция 14.

Дополнительная литература

1. [9] Лекция 5.
2. Инновационное развитие России: стратегия, ресурсы, законодательные решения. Аналитический доклад (подготовлен к VII Байкальскому международному экономическому форуму). Октябрь 2011. – М.: Изд-во СФ РФ, 2011
3. Камьен М.И., Шварц Н.Л. Структура рынка и инновации: обзор. – В: Вехи экономической мысли, т. 5, 2003.
4. Кац М.Л., Шварц Н.Л. Сетевые внешние эффекты: конкуренция и совместимость. – В: Вехи экономической мысли, т. 5, 2003.

Тема 9. Естественная монополия

Занятие 1.

1. Естественная монополия: черты, причины возникновения, виды.
2. Формы регулирования отраслей естественной монополии. Ценообразование по предельным издержкам («первое наилучшее»). Возможности и проблемы конкурентного равновесия. «Второе наилучшее» и ценообразование Рамсея (для однопродуктовой и многопродуктовой фирмы). Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Влияние на качество товара регулируемого монополиста. Регулирование нормы доходности.
3. Неэффективность инвестиционных решений регулируемой естественной монополии: эффект Аверча-Джонсона. Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии как альтернативный метод регулирования.
4. *Естественная монополия в России и странах с рыночной экономикой.*

Основная литература

1. [1] Гл. 10.
2. [2] Гл. 10.
3. [3] Гл. XXII.
4. [6] Гл. 5.

Дополнительная литература

1. [1] Гл. 10.
2. [9] Лекция 5.
3. Гусев К., Гурин А. Российская экономика: от монополизации к модернизации // Банковское дело. – 2010. – № 4. – С. 14-18.
4. Королькова Е.И. Тенденции в развитии теоретических подходов к регулированию естественной монополии. Экономический журнал ВШЭ, т. 3, 1999, №2.
5. **Поляков Г. Государственное регулирование естественных монополий в топливно-энергетическом комплексе в Российской Федерации // Вести в электроэнергетике. – 2007. – № 1.**
6. **Прыганов С. Монополизация стала барьером для российской экономики // Экономист. – 2007. – № 6.**
7. Хорунжая С. Финансовый механизм регулирования деятельности естественной монополии (на примере электроэнергетики России) // Финансы. – 2009. – С. 38-44.
8. Щербина М. Особенности государственного регулирования естественных монополий в России // Бизнес Академия. – 2002. – № 10(20).

Тема 10. Государственная отраслевая политика

Занятие 1.

1. Антитрестовское законодательство в развитых странах и России.

2. Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков: цели, задачи. Пассивная активная политика, защитная и наступательная. Антимонопольная политика. Внешнеторговая политика.

3. Мировой опыт регулирования рыночных структур. Меры воздействия антимонопольных органов на рынках с различным уровнем концентрации.

4. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

Основная литература

1. [1] Гл. 7, 10.
2. [2] Гл. 10.
3. [3] Гл. XXI.
4. [6] Гл. 12, 13,14,15.
5. [8] Лекция 16.

Дополнительная литература

1. [1] гл. 10.
2. [9] Лекция 12.
3. Кутернин М.И. Моделирование системы государственного регулирования экономики страны через ее естественные монополии. - М.: Изд-во МГОУ, 2010.
4. Осадчая И. Становление крупных бизнес-структур в России и их взаимоотношения с государством // Наука и жизнь. – 2007. – № 2.
5. Поляков Г. Государственное регулирование естественных монополий в топливно-энергетическом комплексе в Российской Федерации // Вести в электроэнергетике. – 2007. – № 1.
6. Сероокая А. Антимонопольное законодательство и конкуренция // Право и Защита. – 2008. – № 8.
7. Хмелев М. Щербина М. Особенности государственного регулирования естественных монополий в России // Бизнес Академия. – 2002. – № 10(20).

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование разделов и тем	Контактные часы	Самостоятельная работа	Формы текущего/ рубежного контроля										
				Аудиторные часы	Часы в электронной форме обучения	формы	в том числе интерактивные				письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	устные опр		
							Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	формы			часы	лекции
1	Фирма в теории отраслевых рынков	1	2		3		И.л.	2	2				4	
2	Конкуренция и монополия	1	2		3								4	защитные индивидуальные задания

										задания, подготовка к семинарам)		
3	Структура отрасли. Рыночная концентрация и монополия власть	2	2		4					(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	4	анализ деловой ситуации, те
4	Рынок доминирующей фирмы	2	2		4			2		(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	4	устные опросы, письменные задания
5	Асимметричная информация как фактор монополия власти	1	2		3					(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	4	контроль на работе
6	Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	1	4		5	А.д.с.	2	2		(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	2	устные опросы
7	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	2	2		4				1	(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	4	защита индикаторов, задания
8	Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	2	2		4					(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	2	анализ деловой ситуации, те
9	Ценовая дискриминация	1	2		3	И.л.	2		1	(письменные и устные	4	устные опросы, письменные

	инация и ценовая политика фирмы на рынке									домашние задания, подготовка к семинарам)		письм. задания
10	Государственная отраслевая политика	1	2		3					(письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам)	4	контроль на работе
Итого:	14	22			36		6	6	2	82	36	
												ЭКЗАМЕН
Всего по дисциплине	14	22			36		6	6	2	82	36	

Сокращения, используемые в Тематическом плане изучения дисциплины:

№ п/п	Сокращение	Вид работы
1.	Лит	Работа с литературой
2.	П.з.	Выполнение письменной домашней работы
3.	А.д.с.	Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
4.	И.л.	Интерактивная лекция

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ²

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова».

(Фонд оценочных средств хранится на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины)

1.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. таблицу раздела II)

1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. таблицу раздела II и раздел VIII)

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

- **Тематика курсовых работ**

² Приведены примеры из ФОС

Курсовая работа по дисциплине «Теория отраслевых рынков» не предусмотрена.

• **Вопросы к экзамену**

1. Предмет и методы экономики отраслевых рынков
2. Основные проблемы теории отраслевых рынков
3. Рынок и рыночные структуры
4. Барьеры входа на рынок
5. Показатели концентрации
6. Показатели монопольной власти
7. Чистая конкуренция.
8. Совершенная конкуренция.
9. Эффективность конкурентных рынков.
10. Понятие регионального потребительского рынка, его структура и основные участники, роль в экономике региона и государства.
11. Сущность концепции геомаркетинга и ее место в изучении механизмов регионального потребительского рынка.
12. Экономические регионы РФ.
13. Региональная и отраслевая экономическая интеграция.
14. Межрегиональные экономические связи.
15. Экономическая интеграция в современном мире.
16. Цели отраслевой политики государства
17. Антимонопольная политика государства. Международный опыт.
18. Антимонопольная политика в России
19. Современные направления исследований в теории отраслевых рынков.
20. Фирма: понятие и признаки. Основные концепции фирмы.
21. Цели деятельности фирмы и стратегии выживания фирмы.
22. Структура рынка: понятие, факторы, критерии классификации.
23. Понятие концентрации и показатели измерения.
24. Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков.
25. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков.
26. Определение барьеров входа-выхода на рынок.
27. Виды нестратегических барьеров.
28. Виды стратегических барьеров.
29. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
30. Понятие и виды дифференциации продукта.
31. Модель пространственной дифференциации Хотеллинга.
32. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона.
33. Неполнота информации и асимметричность.
34. Модель "рынка лимонов" Акерлофа.
35. Проблемы "риска недобросовестности контрагента" и "негативного отбора".
36. Решение "проблемы лимонов": сигналы о качестве.
37. Поведение доминирующей фирмы на рынке.
38. Классификация некооперативных стратегий поведения крупных фирм.
39. Кооперативные модели поведения олигополистов.
40. Понятия и виды ценовой дискриминации
41. Понятие и типы вертикальной интеграции.
42. Стимулы к вертикальной интеграции.
43. Виды вертикальной интеграции и вертикальных контрактов (ограничений).
44. Особенности вертикальных отношений в России.
45. Последствия вертикальной интеграции для экономики.
46. Естественная монополия: понятие, условия наличия и регулирование **отраслей естественной монополии.**

47. Взаимосвязи между структурой рынка и технологическими инновациями.
48. Государственная отраслевая политика: понятие, типы и принципы построения.
49. Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства.
50. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

• **Задания для решения кейс-задания**

1. Рыночный спрос описывается уравнением $Q^d = A - B \cdot P$. В отрасли действуют k одинаковых фирм, m из которых объединяются в картель. Предельные издержки каждой фирмы в долгосрочном периоде описываются уравнением $MC_i = cq_i + d_i$. Объединенные в картель фирмы приобретают роль ценового лидера на рынке. В свою очередь, фирмы, не входящие в картель, не могут повысить свою прибыль путем ценовой конкуренции с членами картеля и друг с другом.

А. определите оптимальный объем выпуска картеля и некартелированных фирм и цену, которая складывается на рынке.

В. сравните прибыль фирмы, входящей и не входящей в картель. Сделайте выводы об устойчивости картеля.

2. Монополисту известны функции индивидуального спроса потребителей двух типов: $P_1^D = a_1 - b_1 \cdot Q_1$ и $P_2^D = a_2 - b_2 \cdot Q_2$. Общее число потребителей — 1000: по 500 в каждой группе. Монополист может производить любое количество товара при постоянных средних затратах, равных C . Определите цену, объем выпуска, прибыль, монополиста, величину выигрыша потребителей и общественного благосостояния, если монополист...

А. будет проводить ценовую дискриминацию первого типа;

В. будет проводить ценовую дискриминацию второго типа, используя разные схемы двухчастного тарифа;

С. будет проводить ценовую дискриминацию третьего типа в случае абсолютно изолированных сегментов. Определите также эластичность спроса по цене для каждого рыночного сегмента (укажите значения на графике).

Д. не будет проводить ценовую дискриминацию;

Е. будет проводить ценовую дискриминацию третьего типа в случае возможного арбитража с нулевыми трансакционными издержками. Стоит ли проводить ценовую дискриминацию в этом случае?

Ф. будет проводить ценовую дискриминацию третьего типа в случае возможного арбитража с трансакционными издержками, равными t на единицу товара.

Для каждого случая дайте графическую иллюстрацию.

3. Рассмотрим дуополию. Известно, что обе фирмы имеют постоянные и равные предельные издержки C , их технологии демонстрируют постоянную отдачу от масштаба, а стратегической переменной является цена. Рыночный спрос на продукцию i дуополиста: $q_i = a - bp_i + dp_j$, где p_j — цена на товар конкурента.

А. выпишите функцию «лучшего ответа» для i фирмы;

В. определите параметры равновесия Бертрана-Нэша (фирмы принимают решения одновременно);

С. определите параметры рыночного равновесия в случае достижения картельного соглашения; Приведите графическую иллюстрацию для пунктов А-С;

Д. Пусть у каждой фирмы есть только два варианта действий: придерживаться картельного соглашения и нарушать его. Покажите, что картельное соглашение неустойчиво. Для этого выпишите неповторяющуюся игру в нормальной форме и решите ее;

Е. выпишите условие стабильности картеля для бесконечно повторяющейся игры. При каких значениях дисконт-фактора картель будет стабилен?

- *Тематика эссе*

1. Влияние инновации на структуру рынка.
2. Сетевые эффекты и структура рынка.
3. Вертикальная дифференциация как фактор формирования рыночной структуры и стратегия конкурентной борьбы.
4. Реклама как инструмент конкурентной борьбы.

- *Коллоквиум (вопросы по темам/разделам дисциплины)*

СЕМИНАР 1. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО И МОНОПОЛЬНОГО РЫНКОВ

1. **Понятие конкуренции. Альтернативные концепции: конкуренция как поведение экономических агентов, конкуренция как структура рынка.**
2. **Аргументы в пользу конкуренции. Эффективность конкурентных рынков (в чем заключается? Уметь формулировать, показывать графически, аналитически). Долгосрочные и краткосрочные аспекты конкуренции.**
3. **Чистая монополия в краткосрочном периоде: предпосылки и основные результаты модели. Уметь иллюстрировать на графике!**
4. **Влияние монополии на общественное благосостояние. Традиционный анализ (аналитически и графически для случаев линейного и нелинейного спроса). Факторы, неучтенные при традиционном анализе влияния монополии на общественное благосостояние [1, 2 и 5 стр.97-105].**
5. **Основные способы регулирования монополии: установление предельной цены, налогообложение (3 вида) [1 и 5, стр. 123-128].**
6. **Монополия в долгосрочном периоде [в любом из учебников: 3, 4, 5].**
7. **Монополия с несколькими заводами. Две модели: модель с выбором числа заводов [1, стр.86-87], модель с определением доли выпуска каждого завода можно посмотреть в [5, стр.95-97] или в [4, Раздел 3].**

СЕМИНАР 2. ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ

1 **Ценовая дискриминация: мотивы, условия эффективности. Арбитраж (возможность перепродажи), факторы, позволяющие исключить арбитраж или снизить его вероятность.**

2 **Способы реализации ценовой дискриминации: двухчастный тариф, блочный тариф, оптовые продажи, взаимосвязанные продажи, нелинейное ценообразование (определение комбинаций объема покупки/цены), сезонное ценообразование и др. Примеры³.**

³ Каждый должен быть готов привести примеры 2-3 разных типов ценовой дискриминации.

3 Типы ценовой дискриминации [2,стр.106-108]. Ценовая дискриминация первого типа. Способы реализации. Примеры. Ее влияние на общественное благосостояние.

4 Ценовая дискриминация третьего типа. Способы реализации. Примеры. Влияние арбитража на эффективность ценовой дискриминации третьего типа.

5 Ценовая дискриминация второго типа: виды реализации, примеры.

a) Двухчастный тариф [1,стр.231-235],[3,стр.480-481].Различие в условиях применения двухчастного тарифа и нелинейного ценообразования.

b) Три варианта стратегии ценообразования с использованием двухчастного тарифа.

c) Пример 1 [1,стр.233] — полный расчет и анализ по трем вариантам стратегии.

d) Пример 2 [1,стр.234] — полный расчет и анализ по трем вариантам стратегии.

6 Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза. На каких рынках он встречается наиболее часто? Где эта проблема совсем не имеет места? [1,стр.16-18].

7 Влияние ценовой дискриминации на общественное благосостояние и на благосостояние потребителей (для 3-х типов).

8

- **Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов**

1. Антимонопольная политика в отношении ВО (можно: в России или на примере США, ЕС и т.д.)
2. Специфика ВИ и ВО в российской экономике.
3. Франчайзинг в России
4. Парадокс Бертрана (формулировка, графическая иллюстрация, аналитическая запись).
5. Последовательные игры. Метод обратной индукции.
6. Равновесие по Нэшу, «лучший ответ» (*best response*), доминирующие стратегии, функции реакции в моделях Курно, Бертрана, Бертрана с дифференцированным продуктом.
7. Решение одновременных игр типа «дилемма заключенных», «семейный спор», антагонистическая игра.

- **Темы групповых и/или индивидуальных проектов**

1. Цель проведения ценовой дискриминации.
2. Условия, способствующие эффективной ценовой дискриминации.
3. Факторы, создающие барьеры для арбитража.
4. Каковы последствия для общественного благосостояния ценовой дискриминации 2 и 3 типов?
5. В чем состоит межвременная дискриминация и для каких типов товаров применяется?
6. В чем состоит парадокс Коуза? Чем он вызван?
7. Способы преодоления парадокса Коуза.
8. Хищническое ценообразование
9. Примеры злоупотребления доминирующим положением из антимонопольной практики (зарубежной или российской).

- **Тестовые задания**

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 периоде
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 Салопы
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 периоде?
- 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

• **Задание для контрольной работы**

1. Введение в теорию отраслевых рынков. Исторический обзор. Роль экономической теории отраслевых рынков для выработки стратегии и тактики поведения фирмы в разных рыночных структурах, классификации рынков, регулирования отраслей, выработки оптимальной промышленной политики и политики регулирования естественных монополий.
2. Рынок (определение). Отрасль (определение). Несовпадение понятий рынок и отрасль. Классификационные признаки рыночных структур. Примеры.
3. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.
4. Сравнительный анализ основных типов рынков: рынки свободной конкуренции, квазиконкурентные рынки, монополистическая конкуренция, олигополия, рынки с вертикальной интеграцией (или ограничениями), рынки с асимметричной информацией, рынки с доминирующей фирмой, чистая монополия и монополия, естественная монополия, картель.
5. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, коэффициент Ротшильда. Методы расчета и приблизительные их значения для каждого вида рынка. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике, опыт оценки их значений и выводов для определения рыночной структуры и рыночной власти фирмы в развитых странах.
6. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого индекса.
7. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), эффект крупного капитала, эффект крупномасштабных методов стимулирования сбыта.
8. Факторы, определяющие структуру рынка: случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.
9. Фирма: определения и признаки. Основные концепции фирмы
10. Проблемы, возникающие при принятии предпосылки о максимизации прибыли как основном мотиве деятельности фирмы. Альтернативные цели фирмы (перечислить).
11. Цели акционеров (максимизация дивидендов, максимизация курсовой стоимости акций, максимизация благосостояния акционеров). Возможность возникновения конфликтов при несовпадении целей различных акционеров.
12. Цели индивидуального собственника. Модель выбора между доходом (прибылью) и свободным временем.
13. Цели менеджеров. Максимизация объема продаж. Способы контроля за деятельностью менеджеров.
14. Цели менеджеров. Максимизация административных (накладных) расходов. Способы контроля за деятельностью менеджеров.
15. Цели менеджеров. Максимизация темпов роста фирмы. Способы контроля за деятельностью менеджеров.
16. Цели кредиторов. Выбор инвестиционного решения (получение максимума дохода на вложенные средства). Конфликт интересов между держателями акций и держателями облигаций. Цели дебеторов.
17. Семейная фирма.
18. Цели работников (самоуправляющаяся фирма).
19. Неприбыльная организация.

20. Поведение государственного предприятия.
21. Монопольный рынок: предпосылки анализа, основные выводы по модели чистой монополии.
22. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты линейного и нелинейного случаев. Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.
23. Факторы, не учтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки и X-неэффективность.
24. Многозаводской монополист.
25. Регулирование монополии: установление предельной цены, налогообложение (3 вида).

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о курсовых работах (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов в ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова" (<http://www.rea.ru>)

<i>вид учебных занятий</i>	<i>Организация деятельности студента</i>
<i>Лекция</i>	<i>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.</i>
<i>Практические занятия</i>	<i>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.</i>
<i>Контрольная работа / индивидуальные задания</i>	<i>Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.</i>
<i>Реферат / курсовая работа</i>	<i>Реферат: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных</i>

	<p>аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.</p> <p>Курсовая работа: изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и раз-работка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме.</p> <p>Методические указания по выполнению требований к оформлению курсовой работы находится в методических материалах по дисциплине.</p>
--	---

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Формирование балльной оценки по дисциплине «Теория отраслевых рынков»

В соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Посещаемость	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен/ зачет)	40
ИТОГО	100

Посещаемость

В соответствии с утвержденным рабочим учебным планом по направлению 080100 «Экономика» для всех профилей подготовки бакалавров по дисциплине «Теория отраслевых рынков» в 6 семестре предусмотрено 7 лекционных и 11 практических занятий. За посещение 1 занятия студент набирает 1,1 балла.

Текущий и рубежный контроль

Расчет баллов по результатам текущего и рубежного контроля:

Форма контроля	Наименование раздела/ темы, выносимых на контроль	Форма проведения контроля (тест, контр. работа и др. виды контроля в соответствии с Положением)	Количество баллов, максимально
1. Текущий и рубежный контроль в 1 модуле*	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.	<p>На выбор преподавателя (не менее трех позиций):</p> <ul style="list-style-type: none"> - тест по теме дисциплины; - письменные домашние задания; - контрольные работы; - подготовка докладов и рефератов; - индивидуальные и групповые 	Распределение баллов между формами контроля – в зависимости от сложности выполняемой работы (на усмотрение)

		опросы.	преподавателя)
ИТОГО			20

* - Тестирование студентов, которое включено в модульный график учебного процесса (рабочий учебный план) не включается в количество баллов, отводимых на проведение текущего и рубежного контроля.

Творческий рейтинг

Распределение баллов осуществляется по решению методической комиссии кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляются в виде следующей таблицы:

Наименование раздела/ темы дисциплины	Вид работы	Количество баллов
Одна из тем дисциплины	Подготовка и презентация рефератов.	20
ИТОГО		20

Промежуточная аттестация (Экзамен)

Экзамен (в письменной форме) по результатам изучения учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» в 6-ом семестре осуществляются по экзаменационным билетам, включающим 2 теоретических вопроса.

Оценка по результатам экзамена выставляется по следующим критериям:

- правильный и полный ответ на первый вопрос – 20 баллов;
- правильный и полный ответ на второй вопрос – 20 баллов;

В случае **частично** правильного или **неполного** ответа на вопрос студенту начисляется определяемое преподавателем количество баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбалльной шкале производится следующим образом:

Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки
85 – 100 баллов	оценка «отлично»/«зачтено»
70 – 84 баллов	оценка «хорошо»/«зачтено»
50 – 69 баллов	оценка «удовлетворительно»/«зачтено»
менее 50 баллов	оценка «неудовлетворительно»/«незачтено»

Приложение 1

Пример экзаменационного билета

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
“Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова”
Ивановский филиал
Кафедра экономики

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1
по дисциплине «Теория отраслевых рынков»
Направление «Экономика»
Профили «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит»,
«Экономика предприятий и организаций»

1. Предмет и методы экономики отраслевых рынков
2. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

Утверждено на заседании кафедры «__» _____ 201__ года, протокол № ____

Заведующий кафедрой _____

**Протокол междисциплинарного согласования
рабочей программы учебной дисциплины Теория отраслевых рынков
с прочими дисциплинами учебного плана
в 20___/20___ учебном году**

Рабочая программа согласована с кафедрой _____ и кафедрой _____.

Наименование дисциплин учебного плана	Кафедра	Предложения об изменениях в содержании материала, пропорциях, порядке изложения и т.д.	Принятое решение кафедрой, разработавшей программу (№ протокола, дата)
1	2	3	4

Члены методической комиссии:

(подпись)

(Ф.И.О.)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Заведующая кафедрой

(подпись)

(Ф.И.О.)