

Документы Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 07.07.2026 16:51:38
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) подготовки: Бизнес-аналитика

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Чиркунова Е. К.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 01.03.05 Статистика, утвержденного приказом Минобрнауки от 14.08.2020 № 1032, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Статистик", утвержден приказом Минтруда России от 05.09.2025 № 534н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Кафедра статистики и эконометрики	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Баканач О. В.	Рассмотрено	20.05.2026, № 12

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- Формирование у обучающихся системное представление о ключевых понятиях, принципах и методологии дисциплины, а также об их роли и месте в структуре всей образовательной программы;
- Развитие у студентов способности применять полученные теоретические знания и практические навыки для решения типовых и нестандартных профессиональных задач, соответствующих профилю подготовки;
- Обеспечение интеграции результатов обучения по данной дисциплине с другими модулями образовательной программы для формирования целостных профессиональных компетенций.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития в различных областях жизнедеятельности

Знать:

УК-10.1/Зн1 Базовые экономические законы, принципы рыночного ценообразования, макроэкономические показатели и их влияние на различные сферы жизнедеятельности человека и организации.

Уметь:

УК-10.1/Ум1 Анализировать экономическую информацию из различных источников, выявлять причинно-следственные связи между изменениями макроэкономической среды и последствиями для личных и профессиональных экономических интересов.

Владеть:

УК-10.1/Нв1 Навыками интерпретации экономических показателей и их применения для оценки текущей экономической ситуации, а также методами элементарного прогнозирования изменения стоимости ресурсов, товаров и услуг в краткосрочной перспективе.

УК-10.2 Принимает и реализует обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Знать:

УК-10.2/Зн1 Методологию экономического обоснования решений (критерии эффективности, методы сравнения альтернатив, принципы учета временной стоимости денег, базовые финансовые инструменты и налоговые механизмы)

Уметь:

УК-10.2/Ум1 Собирать, обрабатывать и анализировать исходные экономические данные для оценки альтернативных вариантов действий, рассчитывать экономическую эффективность решений (окупаемость, приведенную стоимость, бюджетную нагрузку) и аргументированно выбирать оптимальный вариант в условиях ограниченных ресурсов.

Владеть:

УК-10.2/Нв1 Практическими навыками разработки и реализации обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности, а также контроля их исполнения и корректировки при изменении внешних условий.

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Теория отраслевых рынков» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 5. В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития в различных областях жизнедеятельности	Бизнес-планирование, Основы учета и финансовой отчетности, Основы финансовых расчетов, Финансовая и налоговая система РФ, Финансовый рынок, Экономика организации, Экономическая теория	Бизнес-планирование, Инвестиционный анализ, Корпоративные финансы, Оценка стоимости бизнеса, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности, Производственная практика: преддипломная практика, Финансовый рынок
УК-10.2 Принимает и реализует обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Основы учета и финансовой отчетности, Основы финансовых расчетов, Финансовая и налоговая система РФ, Финансовый рынок, Экономика организации, Экономическая теория	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности, Производственная практика: преддипломная практика, Финансовый рынок

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Пятый семестр	108	3	36	18	18	0,15	53,85	Зачет
Всего	108	3	36	18	18	0,15	53,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования	89,85	18	18	53,85
Тема 1.1. Методология исследования отраслевых рынков	9,85	2	2	5,85
Тема 1.2. Структура отраслевых рынков	10	2	2	6
Тема 1.3. Фирма в теории организации рынков	10	2	2	6
Тема 1.4. Рыночная концентрация и монопольная власть	10	2	2	6
Тема 1.5. Рынок с доминирующей фирмой	10	2	2	6
Тема 1.6. Рынок с дифференцированной продукцией	10	2	2	6
Тема 1.7. Рынок с вертикальной интеграцией и вертикальными ограничениями	10	2	2	6
Тема 1.8. Рынок с ценовой дискриминацией	10	2	2	6
Тема 1.9. Государственная отраслевая политика	10	2	2	6

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Какой индекс рыночной концентрации учитывает не только доли фирм, но и ранжирует их, придавая больший вес крупным игрокам? А) Коэффициент концентрации CR3 (доля трех крупнейших фирм) В) Индекс Линда С) Индекс Херфиндаля–Хиршмана (НИ) D) Дисперсия рыночных долей		УК-10
	Ответ:	С	
2	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Что из перечисленного является нестратегическим барьером входа на отраслевой рынок? А) Агрессивная ценовая политика доминирующей фирмы (хищническое ценообразование) В) Эксклюзивные контракты с дистрибьюторами С) Патенты и лицензии, необходимые для ведения деятельности D) Угроза слияния с новым конкурентом при его появлении		УК-10
	Ответ:	А и С	
3	Прочитайте текст вопроса, выберите два правильных ответа. Для успешного проведения ценовой дискриминации третьей степени (по группам покупателей) необходимы два условия: А) Возможность перепродажи товара между группами покупателей должна отсутствовать В) Предельные издержки производства должны быть различны для разных групп покупателей С) Фирма должна иметь возможность идентифицировать принадлежность покупателя к разным группам D) Спрос во всех сегментах рынка должен быть абсолютно неэластичны		УК-10
	Ответ:	А и С	
4	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. В модели дуополии Курно фирмы конкурируют.. А) ...путем выбора цены при условии, что товар дифференцирован. В) ...путем одновременного выбора объемов выпуска, считая объем конкурента заданным. С) ...путем последовательного выбора цены (лидер назначает цену, ведомый соглашается). D)путем сговора и максимизации совместной прибыли.		УК-10
	Ответ:	В	
5	Прочитайте текст вопроса, выберите два правильных ответа. Выбор ответа обоснуйте. Какие два фактора из перечисленных увеличивают устойчивость тайного сговора между фирмами в модели олигополии? А) Частое и непрозрачное изменение цен на рынке В) Небольшое количество фирм в отрасли С) Высокая неоднородность товаров (сильная дифференциация) D) Стабильный и предсказуемый рыночный спрос		УК-10
	Ответ:	В и D	
6	Установите правильную последовательность стадий развития отраслевого рынка. 1. Стадия зрелости А) Появление новых фирм, рост спроса, высокая прибыльность 2. Стадия зарождения В) Снижение спроса, уход фирм из отрасли, стагнация 3. Стадия роста С) Максимизация концентрации, стабильный спрос, низкая прибыльность 4. Стадия спада D) Консолидация рынка, оптимизация производства, умеренный рост		УК-10
	Ответ:	1–С, 2–А, 3–D, 4–В	
7	Расположите этапы принятия решений в модели Штакельберга в порядке их реализации во времени. А) Фирма-лидер выбирает свой объем выпуска В) Фирма-последователь, наблюдая выбор лидера, выбирает свой объем выпуска С) Фирма-последователь формирует функцию реакции (зависимость своего выпуска от выпуска лидера) D) Фирма-лидер решает задачу максимизации прибыли с учётом функции реакции последователей		УК-10
	Ответ:	CDAB	
8	Расположите стадии развития отраслевого рынка в хронологическом порядке (от зарождения к упадку): А) Фрагментация (много мелких фирм) В) Зрелость и консолидация С) Появление инновации и вход новаторов D) Спад (уход фирм, снижение выпуска)		УК-10
	Ответ:	CABD	

9	<p>Расположите шаги анализа в логической последовательности от общего к частному:</p> <p>А) Расчёт индекса Херфиндала — Хиршмана (НИИ) В) Определение продуктовых и географических границ рынка С) Анализ барьеров входа на рынок D) Расчёт доли фирмы на рынке</p>	УК-10
	<p>Ответ: BADC</p>	
10	<p>Расположите действия фирмы в правильной последовательности при внедрении нелинейного ценообразования:</p> <p>А) Назначение высокой цены за первую единицу товара В) Выявление разных групп покупателей по объёму потребления С) Установление снижающейся шкалы цен (чем больше купил — тем ниже цена за единицу) D) Предложение скидки при покупке следующей единицы (или блока товаров)</p>	УК-10
	<p>Ответ: BADC</p>	
11	<p>Прочитайте текст вопроса и дополните фразу.</p> <p>Стратегия доминирующей фирмы, заключающаяся во временном намеренном снижении цены ниже уровня своих средних издержек (или ниже издержек конкурента) с целью вынудить нового игрока покинуть рынок, после чего цена снова ...</p>	УК-10
	<p>Ответ: повышается</p>	
12	<p>Прочитайте текст вопроса и дополните фразу.</p> <p>Активное управление спросом (Demand Response) и появление просьюмеров (потребители с собственной генерацией) делают чистый спрос из сети более _____ и зависящим от ценовых сигналов, погоды, времени суток.</p>	УК-10
	<p>Ответ: волатильным</p>	
13	<p>Прочитайте текст вопроса и дополните фразу.</p> <p>Индекс Херфиндала — Хиршмана (НИИ)- показатель, который рассчитывается как сумма квадратов _____ всех фирм, действующих на данном рынке, и принимает значения от близкого к 0 (совершенная конкуренция) до 10 000 (чистая монополия)</p>	УК-10
	<p>Ответ: рыночных долей</p>	
14	<p>Дайте ответ на представленное задание.</p> <p>На рынке бытовой электроники действует 5 крупных фирм, каждая из которых занимает долю от 15% до 25%. Фирмы взаимовлияют на решения друг друга при установлении цен и объёмов производства. Новые фирмы практически не могут войти на рынок из-за высоких затрат на исследование и разработку, а также необходимости создания узнаваемого бренда. Какая рыночная структура описана в ситуации?</p>	УК-10
	<p>Ответ: олигополия</p>	
15	<p>Дайте ответ на представленное задание.</p> <p>На рынке свежих овощей действует множество мелких фермерских хозяйств. Каждый производитель продаёт однородный продукт, не влияет на рыночную цену и может свободно войти или выйти из рынка. Цена формируется под воздействием спроса и предложения. Какая рыночная структура описана в тексте?</p>	УК-10
	<p>Ответ: совершенная конкуренция</p>	
16	<p>Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ.</p> <p>Ситуация, при которой продавец устанавливает разную цену на один и тот же товар для разных групп покупателей, но при этом каждый покупатель платит единую цену за любое купленное количество (например, студенческий билет в кино), называется:</p> <p>А) Ценовой дискриминацией первой степени (совершенная) В) Ценовой дискриминацией второй степени (скидки за объем) С) Ценовой дискриминацией третьей степени (сегментирование рынка) D) Пиковым ценообразованием</p>	УК-10
	<p>Ответ: С</p>	
17	<p>Прочитайте текст вопроса, выберите два правильных ответа. Выбор ответа обоснуйте.</p> <p>Какие два из перечисленных признаков обязательно характеризуют рынок олигополии?</p> <p>А) Товар является абсолютно однородным (стандартизированным) В) На рынке присутствует небольшое количество крупных фирм С) Существуют высокие барьеры входа на рынок D) Фирмы не обладают рыночной властью и принимают цену как заданную</p>	УК-10
	<p>Ответ: В и С</p>	
18	<p>Установите правильную последовательность типов рыночных структур по степени увеличения рыночной власти фирмы:</p> <p>1. Совершенная конкуренция А) Одна фирма, уникальный продукт, высокие барьеры входа 2. Монополистическая конкуренция В) Много фирм, однородный продукт, нет барьеров входа 3. Олигополия С) Много фирм, дифференцированный продукт, низкие барьеры входа 4. Монополия D) Несколько крупных фирм, взаимовлияние решений, высокие барьеры</p>	УК-10
	<p>Ответ: 1–В, 2–С, 3–D, 4–А</p>	

19	<p>Установите правильную последовательность этапов разработки организационно-управленческого решения на отраслевом рынке:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка последствий А) Внедрение решения в практику, мониторинг реализации 2. Анализ внешней среды В) Сбор информации, выявление проблемы, определение целей 3. Реализация решения С) Анализ влияния на стейкхолдеров, экономические и социальные последствия 4. Выявление проблемы D) PEST-анализ, SWOT-анализ, оценка рисков 	УК-10
	<p>Ответ: 1–С, 2–D, 3–А, 4–В</p>	
20	<p>Установите правильную последовательность моделей олигополии по степени контроля фирмы над объёмом производства:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Модель Курно А) Лидер выбирает объём сначала, последователь реагирует 2. Модель Бертрана В) Фирмы конкурируют по цене, предполагая цены других фиксированными 3. Модель Стакельберга С) Фирмы конкурируют по объёму, предполагая объёмы других фиксированными 4. Модель доминирующей фирмы D) Одна фирма устанавливает цену, меньшие фирмы реагируют как price acceptors 	УК-10
	<p>Ответ: 1–С, 2–В, 3–А, 4–D</p>	
21	<p>Установите правильную последовательность методов измерения рыночной власти по возрастанию точности оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Индекс Концентрации (CR4) А) Сумма квадратов долей всех фирм, учитывает распределение рынка 2. Индекс Лернера В) Доля первых четырёх фирм, простая оценка концентрации 3. Индекс Герфиндаля-Гиршмана (НИИ) С) Разница между ценой и издержками, прямая оценка власти 4. Эластичность спроса по цене D) Обратная связь между ценой и объёмом спроса, оценка чувствительности 	УК-10
	<p>Ответ: 1–В, 2–С, 3–А, 4–D</p>	
22	<p>Дайте ответ на представленное задание.</p> <p>Антимонопольный регулятор заблокировал слияние двух крупных фирм на отраслевом рынке, так как после слияния индекс Герфиндаля-Гиршмана (НИИ) превысил 2500 пунктов. Это указывало на высокую концентрацию рынка и потенциальное злоупотребление рыночной властью. Какова основная цель антимонопольного регулирования в описанной ситуации?</p>	УК-10
	<p>Ответ: предотвращение монополизации рынка и защита конкуренции</p>	
23	<p>Дайте ответ на представленное задание.</p> <p>Индекс Лернера для фирмы на отраслевом рынке равен 0,4. Это означает, что разница между ценой и предельными издержками составляет 40% от цены. Что можно сказать о рыночной власти этой фирмы?</p>	УК-10
	<p>Ответ: Фирма имеет высокую рыночную власть</p>	
24	<p>Дайте ответ на представленное задание</p> <p>На рынке косметических продуктов действует множество фирм, каждая из которых предлагает дифференцированный продукт (разные бренды, качества, дизайны). Фирмы конкурируют не только по цене, но и по качеству, бренду, рекламе. Барьеры входа низкие, новые фирмы могут легко войти на рынок.</p>	УК-10
	<p>Ответ: Монополистическая конкуренция</p>	
25	<p>Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ.</p> <p>Какая модель олигополии предполагает конкуренцию фирм по объёму производства, при котором каждая фирма предполагает объёмы других фиксированными?</p> <ol style="list-style-type: none"> А) Модель Бертрана В) Модель Стакельберга С) Модель Курно D) Модель доминирующей фирмы 	УК-10
	<p>Ответ: С</p>	
26	<p>Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ.</p> <p>Что представляет собой дифференциация продукта в условиях монополистической конкуренции?</p> <ol style="list-style-type: none"> А) Создание уникальных характеристик товара, отличающих его от продукции конкурентов В) Снижение цены ниже издержек конкурентов С) Увеличение объёма производства до максимума D) Полное копирование продукта конкурентов 	УК-10
	<p>Ответ: А</p>	
27	<p>Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ.</p> <p>Какая основная цель антимонопольного регулирования на отраслевых рынках?</p> <ol style="list-style-type: none"> А) Максимизация прибыли крупнейших фирм В) Предотвращение монополизации и защита конкуренции С) Увеличение государственных субсидий для отраслей D) Снижение качества продукции для уменьшения издержек 	УК-10
	<p>Ответ: В</p>	

28	<p>Дайте ответ на представленное задание, в котором нужно дополнить пропущенную фразу. Дайте ответ на представленное задание, в котором нужно дополнить пропущенную фразу. На отраслевом рынке, где действует множество мелких фирм, продающих однородный продукт, при свободном входе и выходе из рынка, а также при полной информации у всех участников, каждая фирма является _____ и не может её контролировать.</p> <p>Ответ: _____</p> <p>получателем цены</p>	УК-10
29	<p>Прочитайте текст вопроса и дополните фразу. Основная цель государственного вмешательства на отраслевых рынках для предотвращения монополизации и защиты конкуренции называется _____ регулированием.</p> <p>Ответ: _____</p> <p>антимонопольным</p>	УК-10
30	<p>Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ, в котором нужно дополнить пропущенное слово. Процесс создания уникальных характеристик товара, отличающих его от продукции конкурентов и снижающих эластичность спроса по цене, называется _____ продукта.</p> <p>Ответ: _____</p> <p>дифференциация</p>	УК-10
31	<p>Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Для максимизации прибыли фирма-олигополист скорее всего выберет стратегию:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение цен на свою продукцию 2. Активная рекламная политика 3. Разработка явного или неявного соглашения о совместной ценовой политике с другими фирмами отрасли 4. Снижение издержек производства <p>Ответ: _____</p> <p>3</p>	УК-10
32	<p>Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Ценовая дискриминация третьей степени предполагает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установление особой цены для каждого отдельного покупателя 2. Продажу продукции партиями по разным ценам 3. Сегментацию рынка покупателей в соответствии с эластичностью спроса 4. Установление цены на уровне предельных издержек <p>Ответ: _____</p> <p>3</p>	УК-10
33	<p>Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Цена «снятия сливок» — это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Относительно высокая цена нового товара, позволяющая фирме получить большую прибыль в короткие сроки 2. Относительно невысокая цена, позволяющая быстро завоевать рынок 3. Цена, устанавливаемая на уровне средних издержек 4. Цена, при которой продаются одинаковые продукты на разных рынках <p>Ответ: _____</p> <p>1</p>	УК-10
34	<p>Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Что из перечисленного является источником рыночной власти фирмы?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Количество фирм и концентрация производства на отраслевом рынке 2. Уровень средних издержек фирмы 3. Качество рекламной продукции 4. Размер уставного капитала <p>Ответ: _____</p> <p>1</p>	УК-10
35	<p>Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Какое значение имеют барьеры выхода для фирмы, принимающей решение об уходе с рынка?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создают дополнительные барьеры входа в отрасль 2. Уменьшают риск хозяйствования в отрасли 3. Облегчают вход в отрасль 4. Не влияют на решение об уходе <p>Ответ: _____</p> <p>1</p>	УК-10

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет пятый семестр

№ п/п	Содержание вопроса	Компетенция
	Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Что такое отраслевой рынок и какие ключевые характеристики его определяют?	УК-10

	<p>Ответ: Отраслевой рынок — это система экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения и обмена товаров или услуг внутри одной экономической отрасли. Ключевые характеристики отраслевого рынка включают:</p> <p>Структура рынка — количество и размер фирм, доля рынка, уровень концентрации (например, монополия, олигополия, совершенная конкуренция).</p> <p>Тип продукта — однородность или дифференциация продукции (стандартизированные товары vs. дифференцированные).</p> <p>Барьеры входа и выхода — экономические, юридические, технологические препятствия для новых участников.</p> <p>Уровень конкурентности — интенсивность конкуренции между фирмами.</p> <p>Рыночная власть — способность фирм влиять на цены и объемы производства.</p> <p>Экономическая эффективность — производство при минимальных издержках и оптимальное распределение ресурсов.</p> <p>Эти характеристики определяют поведение фирм, динамику цен, инновационную активность и общую эффективность отраслевого рынка.</p>	
2	<p>Что представляет собой модель олигополии и какие её основные типы существуют?</p> <p>Ответ: Олигополия — рыночная структура, характеризующаяся небольшим количеством крупных фирм, которые взаимовлияют на решения друг друга. Основные типы моделей олигополии:</p> <p>Модель Курно (Cournot) — фирмы конкурируют по объему производства. Каждая фирма выбирает объем, предполагая, что объемы других фирм фиксированы. Равенство достигается при совпадении ожидаемых и реальных объемов.</p> <p>Модель Бертрана (Bertrand) — фирмы конкурируют по цене. Каждая фирма выбирает цену, предполагая, что цены других фирм фиксированы. При однородном продукте равновесие достигается при цене, равной издержкам ($P = MC$).</p> <p>Модель Стакельберга (Stackelberg) — одна фирма (лидер) выбирает объем сначала, другая (последователь) реагирует на это решение. Лидер имеет преимущество первого хода.</p> <p>Модель доминирующей фирмы — одна крупная фирма устанавливает цену, а меньшие фирмы реагируют как price acceptors.</p> <p>В олигополии ключевым фактором является стратегическое взаимодействие: фирмы учитывают реакции конкурентов при принятии решений о цене, объеме, инновациях.</p>	УК-10
3	<p>Что такое дифференциация продукта и как она влияет на конкурентную стратегию фирмы?</p> <p>Ответ: Дифференциация продукта — процесс создания уникальных характеристик товара или услуги, отличающих его от продукции конкурентов. Виды дифференциации:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Вертикальная дифференциация — все потребители согласны, что один продукт лучше другого (например, качество, надёжность). -Горизонтальная дифференциация — предпочтения потребителей различаются (например, цвет, стиль, вкус). -Стратегическая дифференциация — создание уникального позиционирования на рынке через бренд, сервис, технологии. <p>Влияние на конкурентную стратегию:</p> <ul style="list-style-type: none"> Дифференциация снижает эластичность спроса по цене, позволяя фирме устанавливать более высокие цены. Создаёт барьеры входа для новых конкурентов (потребители привыкают к бренду). Увеличивает рыночную власть фирмы. Позволяет занимать уникальное позиционирование на рынке (нишевый стратег). Снижает интенсивность прямой конкуренции по цене. Фирмы используют дифференциацию как ключевой элемент стратегии в условиях монополистической конкуренции и олигополии. 	УК-10
4	<p>Что представляет собой монополистическая конкуренция и какие её ключевые особенности? Приведите пример.</p>	УК-10

	<p>Ответ: Монополистическая конкуренция — рыночная структура, сочетающая элементы конкуренции и монополии. Характеризуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Множество фирм — много производителей, но каждая фирма имеет небольшую долю рынка. -Дифференциация продукта — каждая фирма предлагает уникальный продукт (бренд, качество, дизайн). -Свободный вход/выход — барьеры входа низкие, новые фирмы могут легко войти на рынок. -Нескольная конкуренция по цене — фирмы конкурируют не только по цене, но и по качеству, бренду, сервису. -Долгосрочная нормальная прибыль — в долгосрочном периоде прибыль стремится к нулю из-за свободного входа. <p>Ключевые особенности:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Фирмы имеют ограниченную рыночную власть благодаря дифференциации. -Конкуренция идёт по негисевым факторам (бренд, качество, реклама). -Высокая степень инновационной активности (фирмы инвестируют в дифференциацию). -Экономическая эффективность ниже, чем в совершенной конкуренции, но выше, чем в монополии. <p>Примеры отраслей: ресторанный бизнес, одежда, косметика, продукты питания..</p>	
5	<p>Как антимонопольное регулирование влияет на структуру и поведение отраслевых рынков?</p> <p>Ответ: Антимонопольное регулирование — система государственных мер, направленных на предотвращение монополизации рынка, защиту конкуренции и обеспечение экономической эффективности.</p> <p>Основные направления регулирования:</p> <p>Контроль за концентрацией рынка — ограничение слияний и поглощений, которые могут привести к высокой концентрации (HHI > 2500).</p> <p>Запрет на злоупотребление рыночной властью — предотвращение установления цен выше конкуренции, ограничительных договоров, блокировки входа новых фирм.</p> <p>Поддержка входа новых фирм — снижение барьеров входа, обеспечение доступа к ресурсам и каналам сбыта.</p> <p>Контроль за государственными субсидиями — предотвращение неравенства между фирмами за счет государственных поддержки.</p> <p>Влияние на рынок:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Увеличивает число участников рынка, снижает концентрацию. -Снижает цены, повышает качество продукции. -Стимулирует инновации (фирмы конкурируют за потребителя). -Повышает экономическую эффективность -Увеличивает общественное благосостояние. 	УК-10
6	<p>Что такое экономическая эффективность отраслевого рынка и какие её виды существуют?</p> <p>Ответ: Экономическая эффективность — способность рынка обеспечивать оптимальное распределение ресурсов, производство при минимальных издержках и максимальное общественное благосостояние.</p> <p>Виды экономической эффективности:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Производственная эффективность — производство максимального объёма продукции при минимальных издержках. Фирма производит на границе производственных возможностей. - Аллокативная эффективность — распределение ресурсов соответствует предпочтениям потребителей. Цена равна предельным издержкам. - Динамическая эффективность — способность рынка стимулировать инновации и технологическое развитие в долгосрочном периоде. -Эффективность конкуренции — интенсивность конкуренции приводит к снижению цен, повышению качества и инновационной активности. 	УК-10
7	<p>Какие стратегии конкурентного поведения используют фирмы на отраслевых рынках и как они влияют на рыночную динамику?</p>	УК-10

	<p>Ответ:</p> <p>Фирмы на отраслевых рынках используют различные стратегии конкурентного поведения для увеличения доли рынка, прибыли и рыночной власти.</p> <p>Основные стратегии:</p> <p>Стратегия снижения цен — установление цен ниже конкурентов для привлечения потребителей. Эффективна при высокой эластичности спроса.</p> <p>Стратегия дифференциации — создание уникального продукта через качество, бренд, дизайн, сервис. Снижает эластичность спроса и повышает рыночную власть.</p> <p>Стратегия инноваций — инвестиция в новые технологии, продукты, процессы. Стимулирует динамическую эффективность и создаёт барьеры входа.</p> <p>Стратегия вертикальной интеграции — контроль над цепочкой создания ценности (производство, сбыт, реклама). Снижает издержки и повышает рыночную власть.</p> <p>Стратегия кооперации (альянсы, партнёрства) — совместные проекты с конкурентами для снижения издержек, доступа к ресурсам.</p> <p>Стратегия блокировки входа — создание барьеров для новых фирм через контроль над ресурсами, каналами сбыта, патентами.</p> <p>Выбор стратегии зависит от структуры рынка, уровня конкуренции, ресурсов фирмы и долгосрочных целей.</p>	
8	<p>Какие принципы должны лечь в основу разработки организационно-управленческих решений на отраслевом рынке с учетом их социальной значимости? Приведите пример.</p> <p>Ответ:</p> <p>Разработка организационно-управленческих решений на отраслевом рынке требует учета не только экономических, но и социальных факторов. Ключевые принципы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Социальная ответственность — решения должны учитывать влияние на работников, потребителей, местные сообщества и общество в целом (например, сохранение занятости, доступность товаров). -Прозрачность и открытость — процесс принятия решений должен быть понятным для всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров). -Устойчивость — решения должны быть долгосрочными и учитывать экологические, экономические и социальные последствия (ESG-принципы). -Баланс эффективности и справедливости — экономическая эффективность не должна достигаться за счет социальной несправедливости (например, чрезмерного снижения зарплат). -Адаптивность — решения должны быть гибкими и поддаваться корректировке в условиях динамичной среды. -Участие стейкхолдеров — вовлечение работников, потребителей, регуляторов и местных сообществ в процесс обсуждения решений. -Оценка последствий — предварительный анализ экономических, социальных и экологических последствий решения перед реализацией. <p>Пример: при реконструкции производства решение должно учитывать не только снижение издержек, но и влияние на занятость, экологическую нагрузку и доступность продукции для потребителей.</p>	УК-10
9	<p>Как определить социальную значимость организационно-управленческого решения на отраслевом рынке? Приведите пример.</p> <p>Ответ:</p> <p>Социальная значимость решения — мера его влияния на общество, работников, потребителей и окружающую среду. Методы определения:</p> <p>Анализ стейкхолдеров — выявление всех групп, на которых повлияет решение (работники, потребители, местные сообщества, регуляторы).</p> <p>Оценка социальных последствий — анализ влияния на:</p> <ul style="list-style-type: none"> Занятость (сохранение/сокращение рабочих мест) Уровень зарплат и условия труда Доступность товаров и услуг для потребителей Качество жизни местных сообществ Экологическую нагрузку <p>Количественные показатели — использование метрик:</p> <ul style="list-style-type: none"> Количество сохраненных/созданных рабочих мест Уровень доступности продукции (например, цена для малообеспеченных) Экологические показатели (выбросы, отходы) <p>Качественные показатели — оценка восприятия решения обществом, репутационные риски.</p> <p>Сравнительный анализ — сравнение альтернативных решений по их социальной значимости.</p> <p>Консультации с экспертами — привлечение социологов, экономистов, экологов для оценки.</p> <p>Пример: решение о закрытии завода имеет высокую экономическую эффективность, но низкую социальную значимость (сокращение занятости, ухудшение жизни сообщества).</p>	УК-10
10	<p>Какие методы используются для оценки последствий организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды отраслевого рынка?</p>	УК-10

	<p>Ответ: В сложной и динамичной среде отраслевого рынка оценка последствий решений требует комплексных методов:</p> <p>Сценарный анализ — разработка нескольких вариантов развития ситуации (оптимистичный, реалистичный, пессимистичный) и оценка последствий для каждого.</p> <p>Дискаунтирование потоков — расчет текущей стоимости будущих экономических и социальных последствий (NPV, IRR).</p> <p>Моделирование рисков — использование вероятностных моделей для оценки рисков (монте-карло, анализ чувствительности).</p> <p>SWOT-анализ — оценка сильных и слабых сторон решения, возможностей и угроз внешней среды.</p> <p>PEST-анализ — анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды.</p> <p>Анализ затрат и выгод (Cost-Benefit Analysis) — сравнение всех затрат и выгод решения, включая социальные и экологические.</p> <p>Оценка воздействия на окружающую среду — анализ экологических последствий.</p> <p>Социальный аудит — оценка влияния решения на работников и местные сообщества.</p> <p>Мониторинг и обратная связь — постоянный контроль реализации решения и корректировка при изменении среды.</p> <p>Балансировка показателей — использование интегральных показателей (например, индекс устойчивого развития).</p> <p>Пример: при внедрении новой технологии используется сценарный анализ для оценки экономических выгод, рисков для занятости и экологических последствий данных о заболеваемости, обеспеченности врачами и т.д.</p> <p>Высокая неопределенность отраслевого рынка (колебания цен, изменение спроса, технологические шоки, регуляторные изменения) требует специальных подходов к реализации решений:</p> <p>Гибкость стратегии — создание адаптивных планов, которые можно корректировать при изменении условий.</p> <p>Поэтапная реализация — разделение решения на этапы с возможностью оценки и корректировки после каждого этапа.</p> <p>Управление рисками — разработка планов реагирования на ключевые риски (резервы, страховые программы, альтернативные варианты).</p> <p>Вовлечение стейкхолдеров — регулярное общение с работниками, потребителями, регуляторами для получения обратной связи и поддержки.</p> <p>Мониторинг ключевых показателей — установка метрик для контроля реализации (KPI) и своевременное выявление проблем.</p> <p>Коммуникационная стратегия — прозрачное информирование всех сторон о целях, процессе и результатах решения.</p> <p>Подготовка кадров — обучение работников новым навыкам, необходимым для реализации решения.</p> <p>Ресурсное обеспечение — создание резервов ресурсов (финансы, материалы, персонал) для преодоления неожиданных препятствий.</p> <p>Тестирование решений — проведение пилотных проектов перед полномасштабной реализацией.</p> <p>Постоянное обучение и адаптация — создание культуры организационного обучения, где ошибки анализируются и используются для улучшения.</p> <p>Пример: при внедрении цифровой платформы в отрасли поэтапная реализация с пилотным тестированием в одном регионе позволяет выявить проблемы и скорректировать план перед масштабированием.</p>	
11	Как обеспечить успешную реализацию организационно-управленческих решений в условиях высокой неопределенности отраслевого рынка?	УК-10

	<p>Ответ:</p> <p>Высокая неопределенность отраслевого рынка (колебания цен, изменение спроса, технологические шоки, регуляторные изменения) требует специальных подходов к реализации решений:</p> <p>Гибкость стратегии — создание адаптивных планов, которые можно корректировать при изменении условий.</p> <p>Поэтапная реализация — разделение решения на этапы с возможностью оценки и корректировки после каждого этапа.</p> <p>Управление рисками — разработка планов реагирования на ключевые риски (резервы, страховые программы, альтернативные варианты).</p> <p>Вовлечение стейкхолдеров — регулярное общение с работниками, потребителями, регуляторами для получения обратной связи и поддержки.</p> <p>Мониторинг ключевых показателей — установка метрик для контроля реализации (KPI) и своевременное выявление проблем.</p> <p>Коммуникационная стратегия — прозрачное информирование всех сторон о целях, процессе и результатах решения.</p> <p>Подготовка кадров — обучение работников новым навыкам, необходимым для реализации решения.</p> <p>Ресурсное обеспечение — создание резервов ресурсов (финансы, материалы, персонал) для преодоления неожиданных препятствий.</p> <p>Тестирование решений — проведение пилотных проектов перед полномасштабной реализацией.</p> <p>Постоянное обучение и адаптация — создание культуры организационного обучения, где ошибки анализируются и используются для улучшения.</p> <p>Пример: при внедрении цифровой платформы в отрасли поэтапная реализация с пилотным тестированием в одном регионе позволяет выявить проблемы и скорректировать план перед масштабированием.</p>	
12	Как учесть социальную значимость при разработке стратегии конкурентного поведения фирмы на отраслевом рынке?	УК-10

<p>Ответ:</p>	<p>Стратегия конкурентного поведения должна балансировать экономическую эффективность и социальную значимость. Подходы:</p> <p>Социально-ответственная конкуренция — конкуренция не только по цене, но и по качеству, экологичности, условиям труда.</p> <p>Инклюзивные стратегии — обеспечение доступности продукции для малообеспеченных групп (например, льготные цены, программы поддержки).</p> <p>Экологическая ответственность — внедрение «зеленых» технологий, снижение выбросов, использование перерабатываемых материалов.</p> <p>Забота о работниках — сохранение занятости, повышение зарплат, улучшение условий труда, обучение.</p> <p>Поддержка местных сообществ — инвестирование в развитие региона (строительство инфраструктуры, спонсорство).</p> <p>Прозрачность — открытая информация о ценах, качестве, условиях производства.</p> <p>Соблюдение прав человека — отказ от практики, нарушающей права работников (дискриминация, принудительный труд).</p> <p>ESG-интеграция — включение экологических, социальных и управленческих показателей в стратегию.</p> <p>Корпоративная благотворительность — поддержка социальных проектов, благотворительных программ.</p> <p>Оценка социального воздействия — регулярный мониторинг социального влияния стратегии.</p> <p>Примеры:</p> <p>Фирма снижает цены для малообеспеченных потребителей, сохраняя качество.</p> <p>Компания внедряет «зеленые» технологии, снижая экологическую нагрузку, но повышая издержки.</p> <p>Фирма сохраняет рабочие места при реорганизации, инвестируя в обучение работников.</p> <p>Баланс между эффективностью и социальной значимостью повышает репутацию фирмы, снижает риски и укрепляет долгосрочную конкурентоспособность.. Слияния и поглощения (M&A) могут иметь значительные социальные последствия.</p> <p>Инструменты оценки:</p> <p>Анализ влияния на занятость — оценка количества сохраненных/сокращенных рабочих мест, изменения условий труда.</p> <p>Оценка влияния на потребителей — анализ изменения цен, качества продукции, доступности товаров.</p> <p>Социальный аудит — оценка влияния на работников, местные сообщества, экологическую нагрузку.</p> <p>Анализ стейкхолдеров — выявление всех групп, на которых повлияет слияние, и оценка их интересов.</p> <p>Cost-Benefit Analysis (CBA) — сравнение всех затрат и выгод, включая социальные (например, стоимость сокращения занятости vs. экономия издержек).</p> <p>Оценка репутационных рисков — анализ восприятия слияния обществом, потенциальных негативных последствий для бренда.</p> <p>Консультации с профсоюзами — обсуждение влияния на работников, переговоры по условиям труда.</p> <p>Public Consultation (общественные обсуждения) — проведение встреч с местными сообществами, регуляторами для получения обратной связи.</p> <p>Мониторинг post-merger — постоянный контроль социальных последствий после реализации слияния.</p> <p>Экологическая оценка — анализ влияния на окружающую среду (выбросы, отходы, использование ресурсов).</p>
---------------	--

13	<p>Какие инструменты используются для оценки социальных последствий слияний и поглощений на отраслевом рынке?</p> <p>Ответ:</p> <p>Слияния и поглощения (M&A) могут иметь значительные социальные последствия. Инструменты оценки:</p> <p>Анализ влияния на занятость — оценка количества сохраненных/сокращенных рабочих мест, изменения условий труда.</p> <p>Оценка влияния на потребителей — анализ изменения цен, качества продукции, доступности товаров.</p> <p>Социальный аудит — оценка влияния на работников, местные сообщества, экологическую нагрузку.</p> <p>Анализ стейкхолдеров — выявление всех групп, на которых повлияет слияние, и оценка их интересов.</p> <p>Cost-Benefit Analysis (CBA) — сравнение всех затрат и выгод, включая социальные (например, стоимость сокращения занятости vs. экономия издержек).</p> <p>Оценка репутационных рисков — анализ восприятия слияния обществом, потенциальных негативных последствий для бренда.</p> <p>Консультации с профсоюзами — обсуждение влияния на работников, переговоры по условиям труда.</p> <p>Public Consultation (общественные обсуждения) — проведение встреч с местными сообществами, регуляторами для получения обратной связи.</p> <p>Мониторинг post-merger — постоянный контроль социальных последствий после реализации слияния.</p> <p>Экологическая оценка — анализ влияния на окружающую среду (выбросы, отходы, использование ресурсов).</p>	УК-10
14	<p>Как разработать план противодействия негативным социальным последствиям реструктуризации отрасли?</p>	УК-10

<p>Ответ:</p>	<p>Реструктуризация отрасли (например, закрытие заводов, внедрение новых технологий, изменение регуляторных требований) часто приводит к негативным социальным последствиям. План противодействия:</p> <p>Диагностика последствий — оценка влияния на:</p> <ul style="list-style-type: none"> Занятость (сокращение рабочих мест) Зарплаты и условия труда Доступность продукции для потребителей Качество жизни местных сообществ Экологическую нагрузку <p>Разработка мер поддержки работников:</p> <ul style="list-style-type: none"> Программы переподготовки и обучения новым навыкам Финансовая поддержка (выходные пособия, компенсации) Помощь в поиске новой работы (кадровые агентства, ярмарки вакансий) Сохранение части рабочих мест через сокращение часов, а не полное увольнение <p>Поддержка местных сообществ:</p> <ul style="list-style-type: none"> Инвестирование в развитие региона (инфраструктура, социальные проекты) Создание новых рабочих мест через развитие других отраслей Программы поддержки малого бизнеса Социальная инфраструктура (школы, больницы, культурные центры) <p>Обеспечение доступности продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> Льготные цены для малообеспеченных потребителей Программы поддержки потребителей (субсидии, кредиты) Альтернативные источники продукции (развитие конкурентов) <p>Экологические меры:</p> <ul style="list-style-type: none"> Внедрение «зеленых» технологий при реструктуризации Утилизация отходов, снижение выбросов Рекультивация земель после закрытия производств <p>Коммуникационная стратегия:</p> <ul style="list-style-type: none"> Прозрачное информирование всех стейкхолдеров о планах и последствиях Регулярные встречи с работниками, профсоюзами, местными сообществами Обратная связь и корректировка плана при необходимости <p>Мониторинг и оценка:</p> <ul style="list-style-type: none"> Установка KPI для контроля социальных последствий Регулярный мониторинг занятости, зарплат, доступности продукции Оценка эффективности мер и корректировка плана <p>Партнерство с регуляторами и НКО:</p> <ul style="list-style-type: none"> Привлечение государственных программ поддержки Сотрудничество с некоммерческими организациями для социальных проектов Участие в отраслевых ассоциациях для обмена опытом
---------------	---

7.1. Уровни овладения

Компетенция: УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

Индикатор достижения компетенции: УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития в различных областях жизнедеятельности.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Индикатор достижения компетенции: УК-10.2 Принимает и реализует обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена.	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 470 с - 978-5-534-16055-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584195> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: продвинутый уровень: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 407 с - 978-5-534-16056-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584196> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - Москва: Юрайт, 2026. - 492 с - 978-5-534-03899-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582903> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <https://www.fedstat.ru/> - Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)

Ресурсы «Интернет»

1. <https://www.economy.gov.ru/> - Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России)

2. <https://национальныепроекты.рф> - Национальные проекты России

3. <https://rosstat.gov.ru/> - Федеральная служба государственной статистики (Росстат)

4. <https://www.rbc.ru/> - ПАО "Группа компаний РБК"

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. "Astra Linux Special Edition" РУСБ.10015-01;

2. МойОфис Стандартный 2.;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. КонсультантПлюс;

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ

Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения