

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 27.06.2025 13:46:21

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Метакафедра (УМУ)

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 22 мая 2025 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.О.29 Теория отраслевых рынков
Основная профессиональная образовательная программа	42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа Диджитал-реклама, связи с общественностью и медиакommunikации

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2025

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт экономики предприятий
Кафедра Метакафедра (УМУ)

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины	Б1.О.29 Теория отраслевых рынков
Основная профессиональная образовательная программа	42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа Диджитал-реклама, связи с общественностью и медиакоммуникации

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт экономики предприятий
Кафедра Метакафедра (УМУ)

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 10 от 22 мая 2025 г.)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование дисциплины	Б1.О.29 Теория отраслевых рынков
Основная профессиональная образовательная программа	42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа Диджитал-реклама, связи с общественностью и медиакоммуникации

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Теория отраслевых рынков входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Экономическая теория, Экономическая история, Экономика организации

Последующие дисциплины по связям компетенций: Инвестиционный анализ, Процессно-ориентированное управление

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Теория отраслевых рынков в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОПК-5	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	навыками использования в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	85.85/2.38
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Теория отраслевых рынков представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теоретические основы исследования отраслевых рынков	6	6			18	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
2.	Практика функционирования современных отраслевых рынков	12	12			35,85	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
	Контроль	18					

	Итого	18	18	0.15		53.85	
--	--------------	-----------	-----------	-------------	--	--------------	--

очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теоретические основы исследования отраслевых рынков	1	1			43	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
2.	Практика функционирования современных отраслевых рынков	1	1			42,85	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
	Контроль	18					
	Итого	2	2	0.15		85.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы исследования отраслевых рынков	лекция	Методология исследования отраслевых рынков
		лекция	Структура отраслевых рынков
		лекция	Фирма в теории организации рынков
2.	Практика функционирования современных отраслевых рынков	лекция	Рыночная концентрация и монопольная власть
		лекция	Рынок с доминирующей фирмой
		лекция	Рынок с дифференцированной продукцией
		лекция	Рынок с вертикальной интеграцией и вертикальными ограничениями
		лекция	Рынок с ценовой дискриминацией
		лекция	Государственная отраслевая политика

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы исследования отраслевых рынков	практическое занятие	Предмет и метод теории отраслевых рынков
		практическое занятие	Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка
		практическое занятие	Технологическая и контрактная концепции фирмы.
2.	Практика функционирования современных отраслевых рынков	практическое занятие	Сущность и основные показатели концентрации и монопольной власти на отраслевом рынке
		практическое занятие	Нестратегическая и стратегическая

			ценовая политика доминирующей фирмы на отраслевом рынке
		практическое занятие	Модели рынков с дифференциацией продукции
		практическое занятие	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в современной экономике России
		практическое занятие	Основные типы и эффективность ценовой дискриминации на отраслевых рынках
		практическое занятие	Сущность и типы государственной отраслевой политики в отношении рыночных структур

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы исследования отраслевых рынков	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Практика функционирования современных отраслевых рынков	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16055-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561507>

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: продвинутый уровень : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16056-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561508>

Дополнительная литература

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03899-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560043>

2. Заздравных, А. В. Экономика отраслевых рынков : учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15225-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

Литература для самостоятельного изучения

1.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

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

	Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Теория отраслевых рынков:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Тестирование	+
	Оценка обзора литературы	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; выявлять тенденции развития медиакоммуникационных	навыками использования в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

	экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира	х систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира.	
Пороговый	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы	навыками использования в профессиональной деятельности тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира
Стандартный (в дополнение к пороговому)	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы; выявлять тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	навыками использования в профессиональной деятельности тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования	навыками использования в профессиональной деятельности тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических

	региональном уровнях; тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира	конкретной медиакоммуникационной системы; выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
--	--	--	---

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теоретические основы исследования отраслевых рынков	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Доклад Тестирование Научный обзор литературы	Зачет
2.	Практика функционирования современных отраслевых рынков	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Доклад Тестирование Научный обзор литературы	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теоретические основы исследования отраслевых рынков	Предмет изучения экономики отраслевых рынков. Возникновение и развитие дисциплины. Подходы к изучению структуры отраслевых рынков (Чикагская школа и Гарвардская традиция). Базовая парадигма «Структура-поведение-результат». Критика подхода экономистами Чикагской и Австрийской школы. Понятие отраслевого рынка и отрасли. Соотношение понятий. Отраслевой рынок: субъекты рынка, типы границ и их характеристика. Классификация отраслевых рынков (по нескольким критериям). Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие структуру. Сравнительная характеристика основных рыночных структур. Типы строения рынков по Штакельбергу. Основные типы структур рынка

	продавца (Шерер и Росс). Количественные показатели структуры рынка. Кривые концентрации отраслевых рынков. Кривая Лоренца. Качественные показатели структуры рынка. Определение барьеров «входа-выхода». Классификация отраслевых рынков по уровню (характеру) входных барьеров (по Бэйну). Стратегические барьеры: характеристика и их классификация. Нестратегические барьеры: характеристика и их классификация. Классификация входных барьеров, принятая в российской практике. Динамика рынка: Статистические показатели, отражающие уровень входных и выходных барьеров. Показатели монопольной (рыночной) власти. Слияния и поглощения: понятие, подходы к определению в российской и зарубежной практике. Типы слияний и поглощений и основные мотивы их осуществления. Слияния предприятий и их последствия. Слияния и поглощения: Враждебные поглощения. Стратегические альянсы как альтернатива слияниям и поглощениям. Дифференциация товара на отраслевом рынке. Реальная и «фан-томная» дифференциация. Классификация отраслевых рынков по степени дифференциации продукта. Способы измерения дифференциации продукта на отраслевом рынке. Виды дифференциации продукта на отраслевом рынке: верти-кальная и горизонтальная (пространственная).
Практика функционирования современных отраслевых рынков	Концепция «рекламеемких» рынков (модель Саттона). Горизонтальная (пространственная) дифференциация продукта: модель «линейного города» Хотеллинга. Пространственная дифференциация продукта: модель «кругового города» Салопа. Доминирующая фирма. Модель ценового лидерства (модель Форхаймера) Стратегическое поведение фирм. Характеристика рынка олигополии. Независимое поведение: объемная конкуренция. Модель дуополии Курно. Модель дуополии Штакельберга. Независимое поведение: ценовая конкуренция. Парадокс Бертрана. Методы теории игр для анализа поведения олигополии. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке: Классификация некооперативных стратегий поведения. Стратегическое взаимодействие крупнейших фирм на рынке: Кооперативные модели поведения олигополистов. Ценовая дискриминация на отраслевых рынках. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации: классификация Пигу. Психологические особенности ценообразования. Воздействие ценовой дискриминации на развитие экономики. Сущность и формы проявления государственной отраслевой политики. Цели промышленной (отраслевой) политики государства в отношении рыночных структур.

	Содержание и формы государственной индустриальной политики. Результативность отраслевой политики государства. Конкурентная политика государства. Российский монополизм и антимонопольная политика в России.
--	---

Задания для научного обзора литературы, используемой для подготовки Аналитического задания

Требования к обзору литературы

Для анализа научных источников рекомендуется использовать следующую схему:

1. Какая проблема рассматривается (о чем говорится в статье);
2. Актуальность темы (с точки зрения современной ситуации в мире, в российских условиях);
3. Какова цель данной статьи (что именно хочет показать или доказать автор);
4. Какие средства для аргументации своей позиции использует автор (собственные расчеты, данные национальной статистики или международных организаций, ссылка на авторитет и пр.);
5. Каков вывод автора, удалось ли ему, на Ваш взгляд, достичь заявленной цели?

Источники для обзора: выбираются самостоятельно студентами из списка использованной литературы при подготовке аналитического задания

Объем обзора: 7 стр., количество рецензируемых источников: 5.

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

1. Автор модели “линейного города”:

Ланкастер

Салоп

Саттон

Хотеллинг

2. Совокупность факторов, которые либо препятствуют фирме организовать прибыльное производство на рынке, либо препятствуют выйти с рынка без существенных потерь называют:

Барьерами «входа-выхода»

Характеристикой структуры отраслевых рынков

Классификатором типов рынка

3. Под интеграцией на рынке понимается:

Объединение производственных ресурсов

Укрупнение компаний, действующих на рынке

Уменьшение компаний, действующих на рынке

4. Актуальной проблемой, рассматриваемой в рамках Чикагской школы, является функционирование и результативность, каких рынков:

Квазимонопольных

Квазиконкурентных

Конкурентных

5. К числу стратегических барьеров входа - выхода относят:

Административные (правительственные)

Гражданские

Социально-экономические

Ценовые

Неценовые

6. К числу статистических показателей уровня входных и выходных барьеров можно отнести:

Время достижения новыми фирмами размера уже действующих на рынке фирм

Доля, оставшихся на рынке фирм через некоторый временной интервал
Доля банкротств, поглощений и слияний
Доля рентабельных фирм
Доля новых фирм

7. Условия ценовой дискриминации:

Фирма обладает монопольной властью
Существует возможность определения фирмой групп покупателей с разными резервными ценами
Отсутствие у покупателей возможности для арбитража
Отсутствие конкуренции на рынке
Возможность выбора товаров на рынке

8. Ценовая дискриминация I степени возникает:

Если фирме-производителю удастся присвоить весь потребительский излишек
Производитель реализует свой товар партиями по разным ценам, но в соответствии с одной и той же кривой спроса
При идентификации различных рыночных сегментов с разными кривыми спроса

9. Ценовая дискриминация II степени возникает:

При идентификации различных рыночных сегментов с разными кривыми спроса
Производитель реализует свой товар партиями по разным ценам, но в соответствии с одной и той же кривой спроса
Если фирме-производителю удастся присвоить весь потребительский излишек

10. Коэффициент Бейна, или «норма экономической прибыли», показывает:

Экономическую прибыль, получаемую на доллар инвестированного капитала
Сравнение рыночной стоимости активов фирмы (рыночная цена ее акций) с восстановительной стоимостью активов, равной сумме расходов, необходимых для приобретения активов в текущий момент времени
В процентном отношении изменение объема продаж данной фирмы при изменении цены конкурента на аналогичную продукцию на 1%

11. Вертикальная дифференциация представляет:

Пространство продуктов с наиболее предпочтительными характеристиками для каждой группы покупателей (например, предпочтение по качеству продукта)
Оптимальный выбор продуктов при равных ценах зависит от конкретного потребителя
Размещение потребителей в разных местах

12. Индекс (коэффициент) Лернера показывает:

Степень концентрации рынка
Экономическую прибыль, получаемую на доллар инвестированного капитала
Сравнение рыночной стоимости активов фирмы (рыночная цена ее акций) с восстановительной стоимостью активов
Изменение объема продаж данной фирмы при изменении цены конкурента на аналогичную продукцию на 1%

13. Горизонтальная дифференциация предполагает, что:

Оптимальный выбор продуктов при равных ценах зависит от конкретного потребителя
Размещение потребителей в разных местах
Пространство продуктов с наиболее предпочтительными характеристиками для каждой группы покупателей (например, предпочтение по качеству продукта)

14. Пути осуществления интеграционного процесса:

Консолидация активов идет путем внутренних источников компании
Приобретение необходимого бизнеса в виде компании
Продажа бизнеса
Продажа активов

15. Подход к анализу отраслевых рынков, предложенный учеными Гарвардской школы ориентирован на:

Эмпирических исследованиях

Теоретических исследованиях

Анализе соответствий

На исследованиях закономерности принятия оптимальных решений

16. Предпосылки возникновения конкуренции – это:

Наличие достаточно большого числа независимо действующих продавцов и покупателей

Появление на рынке новых торговых предприятий

Преграды для мобилизации ресурсов

17. В каких пределах находится величина показателя монопольной власти – коэффициент Лернера?

0

1

-1

от 0 до 1

18. Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим?

Дифференциация продукта

Иностранная конкуренция

Применение запретительных цен

Эластичность и темпы роста спроса

19. Замедленный вход новых фирм в отрасль характеризует:

Отрасль со свободным входом

Отрасль с неэффективными барьерами

Отрасль с эффективными барьерами

Отрасль с блокированным входом

Отрасль с полной мобильностью ресурсов

20. Подход к анализу отраслевых рынков, предложенный учеными Чикагской школы ориентирован на:

Эмпирических исследованиях

Теоретических исследованиях

Анализе соответствий

На исследованиях закономерности принятия оптимальных решений

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Теоретические основы исследования отраслевых рынков	Предмет и метод теории отраслевых рынков. Методология исследования рыночных структур Определение фирмы. Технологическая и контрактная концепции фирмы Проблемы контрактов, трансакционных издержек и оппортунистического поведения в деятельности фирмы Цели фирмы. Концепция максимизирующей прибыль фирмы: аргументы "за" и "против» Альтернативные теории целеполагания фирмы Измерение концентрации продавцов на рынке. Показатели размера фирмы Показатели рыночной власти продавцов. Индекс Лернера. Индекс Бэйна. Индекс Тобина. Измерение показателей монопольной власти. Индекс Лернера и индекс Херфиндала-Хиршмана Нестратегические факторы, определяющие структуру рынка Барьеры входа в отрасль и структура рынка. Барьеры выхода из отрасли Слияния и поглощения фирм Чистые потери от деятельности монополии. Метод Харбергера Макроэкономический и микроэкономический подходы к измерению потерь общества от монополии Концепция Познера потерь общества от монополии. Концепция "поиска ренты" и монопольная прибыль как потери общества X-неэффективность и X-эффективность монополии: влияние на социальные потери.
Практика функционирования современных отраслевых рынков	Измерение концентрации продавцов на рынке. Показатели размера фирмы Показатели рыночной власти продавцов. Индекс Лернера. Индекс Бэйна. Индекс Тобина. Измерение показателей монопольной власти. Индекс Лернера и индекс Херфиндала-Хиршмана Нестратегические факторы, определяющие структуру рынка Барьеры входа в отрасль и структура рынка. Барьеры выхода из отрасли Слияния и поглощения фирм Чистые потери от деятельности монополии. Метод Харбергера Макроэкономический и микроэкономический подходы к измерению потерь общества от монополии Концепция Познера потерь общества от монополии. Концепция "поиска ренты" и монопольная прибыль как потери общества X-неэффективность и X-эффективность монополии: влияние на социальные потери. Нестратегическая и стратегическая ценовая политика доминирующей фирмы в конкурентном окружении Стимулы осуществления стратегической ценовой политики. Цена, ограничивающая вход. Модель Бэйна. Модель Модильяни. «Хищническая» цена. Концепция квазиконкурентных (оспариваемых, соревновательных) рынков. Условия квазиконкурентности. Угроза входа. Временные лаги входа и ценовой политики Модель рынка дифференцированного продукта Э. Чемберлина Факторы, ограничивающие ценовую конкуренцию на рынке дифференцированного продукта. Модели вертикальной дифференциации продукта

	Дифференциация продукта как форма стратегического взаимодействия фирм на рынке Реклама на рынках с горизонтальной и вертикальной дифференциацией продукта Формы вертикальной интеграции и вертикального контроля Стимулы вертикальной интеграции. Трансакционные издержки. Проблема «двойной надбавки Вертикальная интеграция и аллокативная эффективность. Власть покупателя и вертикальное ценообразование. Методы вертикальных ограничений цены/объема продаж Франчайзинг как метод вертикальных ограничений Экономическая теория олигополистического ценообразования. Классические модели олигополистического ценообразования Проявления ценовой дискриминации. Связанные продажи. Нелинейное ценообразование (комбинации объем покупки/ цена). Сезонное ценообразование. Межвременная ценовая дискриминация. Парадокс Коуза межвременной дискриминации. Проблема выбора между продажей и лизингом Промышленная политика государства в отношении рыночных структур. Типы отраслевой политики. Экономическая природа естественной монополии Государственная политика в отношении естественной монополии . Принципы ценообразования в сфере естественной монополии. Регулирование доходности естественной монополии. Эффект Аверча-Джонсона. Антимонопольная политика государства. Принципы антимонопольной политики Антимонопольное регулирование экономики в России.
--	--

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания	
Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ОПК-5
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне