


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО  
К УТВЕРЖДЕНИЮ:  
Декаан инженерно-  
экономического факультета

  
Подпись Э.Б. Атуева  
ИОФ

«18» 09 2018г.

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по учебной работе,  
председатель методического  
совета ДГТУ

  
Подпись Н.С. Суракатов  
ИОФ

«29» 09 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.Б.16 Теория отраслевых рынков  
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС

для направления 38.03.01 – Экономика  
шифр и полное наименование направления

по профилю «Экономика предприятий и организаций»

факультет инженерно-экономический  
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра экономики и управления на предприятии  
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Квалификация выпускника (степень) бакалавр  
бакалавр

Форма обучения очная, курс 4 семестр (ы) 7  
очная, заочная.

Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 4 ЗЕТ (144 ч);

Лекции 34 (час); экзамен 7; 1 ЗЕТ (36) ;  
(семестр)

практические (семинарские) занятия 17 (час); зачет -  
(семестр)

лабораторные занятия - (час); самостоятельная работа (час) 57 ;

курсовой проект (работа, РГР) 7 (семестр).

Зав.кафедрой ЭиУнаП   
Подпись

Ж.Н. Казиева  
ИОФ

Начальник УО   
Подпись

Э.В. Магомаева  
ИОФ



Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **38.03.01 – Экономика** и профилю **«Экономика предприятий и организаций»**

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры ЭиУнаП от 10.09.2018г., протокол №2.

Зав. выпускающей кафедрой ЭиУнаП по данному направлению



подпись

**Ж.Н. Казиева**  
ИОФ

**ОДОБРЕНО:**

**Методической комиссией  
по укрупненной группе  
специальностей и направлений  
38.00.00- Экономика и управление**  
шифр и полное наименование  
направления

**АВТОР ПРОГРАММЫ**

**Атуева Э.Б., к.э.н., доцент**  
ФИО уч. степень, ученое звание, подпись



**Председатель МК**



подпись

**Ж.Н. Казиева**  
И.О.Ф

10.09. 2018г.

## **1. Цели освоения дисциплины**

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» является одной из профессиональных дисциплин в системе подготовки бакалавров.

Целью освоения дисциплины «Теория отраслевых рынков» является расширение представления студентов о современных направлениях экономической теории, изучение базовых концепций, основных школ и методов исследования отраслевых рынков. Усвоение дисциплины (модуля) «Теория отраслевых рынков» необходимо для дальнейшего углубленного изучения экономической теории в ее взаимосвязи с вопросами экономической политики.

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» представляет собой систему знаний по теоретическим и практическим аспектам формирования и функционирования рыночных структур, поведения субъектов рынка, а также реализации государственной отраслевой и промышленной политики.

Дисциплина расширяет и углубляет знания в области экономической теории, рассматривая темы, которые практически не затрагиваются в рамках классических курсов микроэкономики. Широкое применение аппарата микроэкономического моделирования и теории игр дает возможность анализировать поведение экономических субъектов с точки зрения стратегического взаимодействия и влияния на структуру рынка.

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» дает классификацию рыночных структур и способы оценки их влияния на параметры рынка.

Формирование знаний и навыков студентов осуществляется в ходе лекционных и семинарских занятий, выполнения индивидуальных заданий, самостоятельной работы, написания рефератов, выступлений с докладами, ответов на тесты.

Задачи изучения дисциплины определяются требованиями к подготовке бакалавров, установленными в квалификационной характеристике бакалавров по профилю «Экономика предприятий и организаций», требованиями к знаниям и умениям, которыми они должны обладать. Основная задача состоит в умении использовать приобретенные теоретические знания в конкретной практической деятельности.

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» дает студенту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности бакалавра.

## **2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина Б1.Б.16 «Теория отраслевых рынков» относится к базовой части дисциплин учебного плана направления подготовки бакалавров по профилю 38.03.01 «Экономика».

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» основывается на знаниях, полученных в ходе изучения студентами курсов «Микроэкономика», «Мак-

роэкономика», «Математический анализ», «Статистика», «Экономика фирмы», «Экономические ресурсы организации», «Экономика труда».

Изучение дисциплины «Теория отраслевых рынков» обеспечивает необходимый инструментарий для изучения экономических и финансовых дисциплин, входящих в ООП бакалавра.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Вместе с другими дисциплинами базовой части учебного плана «Теория отраслевых рынков» обеспечивает инструментарий формирования следующих компетенций бакалавра экономики:

#### **общекультурные компетенции (ОК):**

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

#### **профессиональные компетенции (ПК):**

- способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-4);
- способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» студенты должны:

#### **Знать:**

- особенности эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений;
- закономерности функционирования отраслевых рынков;
- категории, концепции, теоремы, предметные области основных направлений экономики отраслевых рынков;
- методы экономики отраслевых рынков и инструменты анализа;
- основные виды государственной отраслевой политики и пути повышения ее эффективности;
- методологию исследования рыночных структур;
- анализ монопольного поведения фирмы на рынке;
- барьеры входа и динамика рынка;
- история и современные тенденции развития экономики отраслевых рынков и конкурентной политики;

- экономическая теория олигопольного ценообразования и регулирование процессов экономической концентрации;
- анализ вертикальных взаимодействий фирм;
- ценовые стратегии фирм и структура рынка;
- дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция;
- исследования, разработки, инновации и структуру рынка;
- направления промышленной и антимонопольной политики государства на рынке и др.

**Уметь:**

- проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур;
- исследовать и прогнозировать последствия принимаемых решений отдельными субъектами рынка;
- оценивать эффективность мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей;
- характеризовать статику и динамику структуры отраслевых рынков.

**Владеть:**

- методами прикладных исследований и оценки эффективности функционирования отраслевых рынков, фирм, а также мер государственной отраслевой политики;
- навыками работы со статистической отраслевой информацией;
- методами описания процессов, происходящих в отдельных отраслях экономики;
- навыками выполнения курсового проектирования с применением методов исследования экономики отраслевых рынков.

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

##### «Теория отраслевых рынков»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕТ (144 ч.),  
в том числе: лекционных - 34 часов; практических - 17 часов, СРС – 57 ч.,  
форма отчетности - 7 семестр – экзамен.

#### 4.1. Содержание дисциплины

№ п/ п	Раздел дисциплины Тема лекции и вопросы	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоя- тельную работу сту- дентов и трудоемкость (в часах)				Формы теку- щего* кон- троля успе- ваемо- сти (по срокам теку- щих атте- стаций в семе- стре)
				ЛК	ПЗ	ЛР	СРС	
1.	<p><b>РАЗДЕЛ I. Основы экономики отраслевых рынков</b></p> <p><b>Лекция 1. Тема 1: «Методология исследования рыночных структур. Предмет и методология теории отраслевых рынков»</b></p> <p>1. Направления формирования теории отраслевых рынков. Проблемы системы и комплексности исследования отраслевого рынка.</p> <p>2. Отраслевой рынок как организующий механизм деятельности фирмы.</p> <p>3. Структура и эффективность функционирования отраслевых рынков.</p> <p>4. Роль государства в обеспечении результативности фирм и рынков.</p> <p>5. Факторы, определяющие структуру рынка.*</p> <p>6. Классификация рынков. Типы рыночных структур.*</p>	7	1	2	1		3	Входная контрольная работа
							5	
2.	<p><b>Лекция 2. Тема 2: «Анализ монопольного поведения фирмы»</b></p> <p>1. Монополия как объект экономического анализа</p> <p>2. Оптимальный выбор нерегулируемого монополиста</p> <p>3. Последствия монопольной власти фирмы</p>	7	2	2	1			

	4. Измерения величины чистых потерь монополии на практике *						5	
3.	<b>Лекция 3. Тема 3: «Анализ монопольного поведения фирмы»</b> 1. Факторы, неучтенные при исследовании величины чистых потерь от монополии 2. Альтернативные издержки монополизации 3. Сравнительная эффективность производства в условиях конкуренции и монополии 4. Регулирование монополии. Налогообложение монополии. *	7	3	2	1		5	
4.	<b>Лекция 4-5. Тема 4: «Барьеры входа и динамики рынка»</b> 1. Определение рыночных барьеров. Виды барьеров входа- выхода 2. Ценовая конкуренция и стратегическое поведение потенциального конкурента. 3. Отсутствие барьеров входа и теория квазиконкурентных рынков 4. Эмпирические исследования барьеров входа – выхода. Статистика входа-выхода. *	7	4-5	4	1		5	Аттестационная контрольная работа №1
5.	<b>Лекция 6-7. Тема 5: «Истории и современные тенденции развития экономики отраслевых рынков и конкурентной политики»</b> 1. Формирование модели совершенной конкуренции. Кризис модели 2. Доминирующая роль совершенной конкуренции в экономике отрасли. Кризис структурализма и теория квазиконкурентных рынков 3. Новая индустриальная экономика и теория игр 4. Конкуренция и концентрация в эпоху глобализации. *	7	6-7	4	1		5	

6.	<p><b>Лекция 8. Тема 6: «Антимонопольная и промышленная политика: проблемы взаимодействия»</b></p> <p>1. Дилемма государственного регулирования</p> <p>2. Взаимодополняемость промышленной и конкурентной политики</p> <p>3. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции</p> <p>4. Место государства в конфликте интересов политик.</p> <p>5. Политика поддержки конкуренции и промышленная политика в зарубежных странах. *</p>	7	8	2	1		5	
7.	<p><b>РАЗДЕЛ II. Структура и эффективность функционирования отдельных рынков, отраслей и сфер деятельности экономики</b></p> <p><b>Лекция 9-10. Тема 7: «Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренции»</b></p> <p>1. Продукт как набор характеристик. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции.</p> <p>2. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом</p> <p>3. Модель Ланкастера: доминирующая фирма на рынке дифференцированного товара</p> <p>4. Пространственная продуктовая дифференциация</p>	7	9-10	4	1			Аттестационная контрольная работа №2
8.	<p><b>Лекция 11-12. Тема 8: «Ценовые стратегии фирм и структура рынка»</b></p> <p>1. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Виды ценовой дискриминации</p> <p>2. Ценообразование взаимосвязанных продаж. Межвременная ценовая дискриминация</p> <p>3. Государственное регулирование ценовых стратегий фирм</p> <p>4. Сложности государственного контроля ценовой политики фирм. *</p>	7	11-12	4	1		5	



9.	<p><b>Лекция 13. Тема 9: «Экономическая теория олигопольного ценообразования и регулирование процессов экономической концентрации»</b></p> <p>1. Ценовая конкуренция при ограничениях на мощности фирм</p> <p>2. Конкуренция объемов продаж</p> <p>3. Ценовое лидерство фирмы. Картельные соглашения.</p> <p>4. Социальные издержки кооперативных взаимодействий фирм.</p> <p>5. Государственная политика по отношению к кооперативным взаимодействиям фирм. Регулирование слияний и поглощений.</p> <p>6. Регулирование олигопольных взаимодействий в России. *</p>	7	13	2	2		5		
10.	<p><b>Лекция 14. Тема 10: «Анализ отраслей естественной монополии»</b></p> <p>1. Определение естественной монополии</p> <p>2. Ценовое регулирование естественной монополии</p> <p>3. Неценовое регулирование естественной монополии</p>	7	14	2	2				
11.	<p><b>Лекция 15. Тема 11: «Монополия и конкуренция в России»</b></p> <p>1. Оценка благосостояния от монопольных эффектов в российской экономике</p> <p>2. Роль ФПП</p> <p>3. Право на конкуренцию как общее право гражданина</p> <p>4. Проблема совершенно конкурентного рынка в России. *</p>	7	15	2	2		5	Аттестационная контрольная работа №3	
12.	<p><b>Лекция 16. Тема 12: «Исследования, разработки, инновации и структура рынка»</b></p> <p>1. Инновации на конкурентном рынке</p> <p>2. Модель инновационного рынка</p> <p>3. Инновационная деятельность в долгосрочном периоде</p> <p>4. Рынки с сетевыми моделями</p> <p>5. Патенты и промышленная политика государства. *</p>	7	16	2	2		6		

13.	<b>Лекция 17. Тема 13: «Экономическая политика и регулирование монополии: опыт России»</b> 1. Эволюция промышленной политики в России 2. Поддержка малого бизнеса 3. Региональная политика 4. Финансовые рынки 5. Эволюция антимонопольного регулирования в России. *	7	17	2	1		3	
	<b>Итого:</b>		17	34	17	-	57	экзамен 1 ЗЕТ 36 ч.

## 4.2. Содержание практических занятий

№	№ лекции из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1.	№№ 1,2	Методология исследования рыночных структур. Анализ монопольного поведения фирмы	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 11
2.	№№ 3,4	Анализ монопольного поведения фирмы. Барьеры входа и динамики рынка	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
3.	№№ 5,6	Барьеры входа и динамики рынка Истории и современные тенденции развития экономики отраслевых рынков и конкурентной политики. Антимонопольная политика и промышленная политика: проблемы взаимодействия	2	№№ 1, 8, 10
4.	№№ 7,8	Истории и современные тенденции развития экономики отраслевых рынков и конкурентной политики. Антимонопольная политика и промышленная политика: проблемы взаимодействия	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
5.	№№ 9,10	Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренции.	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
6.	№№ 11,12	Ценовые стратегии фирм и структура рынка	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
7.	№№ 13,14	Экономическая теория олигопольного ценообразования и регулирование процессов экономической концентрации Анализ отраслей естественной	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

		МОНОПОЛИИ		
8.	№№15,16, 17	Монополия и конкуренция в России Исследования, разработки, инновации и структура рынка	2	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
9.	№№17,18	Экономическая политика и регулирование монополии: опыт России	1	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Итого:			<b>17</b>	

#### 4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Кол-во часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
1	2	3	4	5
1.	Факторы, определяющие структуру рынка *	3	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 11	Доклад, конспект
2.	Классификация рынков. Типы рыночных структур.*	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 11	Доклад, конспект
3.	Измерения величины чистых потерь монополии на практике *	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Доклад, конспект
4.	Регулирование монополии. Налогообложение монополии. *	5	№№ 1, 8, 10	Реферат, доклад конспект
5.	Эмпирические исследования барьеров входа – выхода. Статистика входа-выхода. *	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Доклад, конспект
6.	Конкуренция и концентрация в эпоху глобализации. *	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Доклад, конспект
7.	Политика поддержки конкуренции и промышленная политика в зарубежных странах. *	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Доклад, конспект
8.	Сложности государственного контроля ценовой политики фирм. *	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Доклад, конспект
9.	Регулирование олигопольных взаимодействий в России. *	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Доклад, конспект
10.	Проблема совершенно конкурентного	5	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8	Доклад,

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Кол-во часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
	рынка в России. *			конспект
11.	Патенты и промышленная политика государства. *	6	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8	Доклад, конспект
12.	Эволюция антимонопольного регулирования в России. *	6	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8	Доклад, конспект
<b>ИТОГО</b>		<b>57</b>		

### 5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины «Теория отраслевых рынков» используются следующие инновационные образовательные технологии:

- во время лекционных занятий используется интерактивная доска с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;

- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала (закрепление теоретического материала на основе разъяснения сложных моментов той или иной темы, проведение экспресс-опросов, использование активных и интерактивных форм проведения занятий - приведение конкретных примеров из практики развития предприятий и рынка, деловых игр, тестирования);

- использование кейс-метода (проблемно-ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта маркетинговой деятельности отечественных и зарубежных кампаний;

- использование педагогических тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;

- решение задач по анализу динамики и конъюнктуры рынка, сегментированию потребителей, позиционированию товара;

- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Организация СРС включает в себя и способы мотивации по активизации участия студентов в СРС.

В направлении более эффективной организации СРС студентов важно обратить внимание на следующие аспекты:

- контролировать наличие графиков консультаций преподавателей по курсовому и дипломному проектированию на кафедрах;

- преподавателям осуществлять дифференцированную оценку степени выполнения индивидуальных заданий в целях повышения личностно-ориентированного подхода и заинтересованности студентов в проявлении еще большей активности в НИР;

- учитывать при выставлении текущих аттестаций степень СРС студентов, а именно, включать в перечень вопросов к зачету и экзамену, а также контрольных работ перечень вопросов, отмеченных в лекционных занятиях в качестве вопросов, требующих самостоятельного изучения.

Реализация компетентного и личностного подхода с использованием перечисленных технологий предусматривает активные и интерактивные формы обучения.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 30-50% аудиторных занятий (4,1 часа).

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

### **ПЕРЕЧЕНЬ**

#### **вопросов контрольной работы по проверке входных знаний студентов**

1. Рыночная экономика.
2. Что такое конкуренция, и какие существуют формы конкуренции?
3. Спрос и закон спроса.
4. Рыночный механизм.
5. Предложение и закон предложения.
6. Эластичность спроса и предложения.
7. Значение системы государственного регулирования.
8. Издержки и их виды.
9. Показатели экономической эффективности производства.
10. Какие неценовые факторы меняют предложение товаров на рынке?
11. Какова особенность издержек производства в долгосрочном периоде?
12. Издержки и их виды.
13. Показатели экономической эффективности производства.
14. Макроэкономические показатели.
15. Типы рынков: чистая конкуренция, монополия, олигополия, монополистическая конкуренция.
16. Этапы жизненного цикла товара.

### **ПЕРЕЧЕНЬ**

#### **вопросов текущих контрольных работ по дисциплине «Теория отраслевых рынков»**

## **Аттестационная контрольная работа №1**

### ***Вариант №1***

1. Направления формирования теории отраслевых рынков. Проблемы системы и комплексности исследования отраслевого рынка.
2. Последствия монопольной власти фирмы. Измерения величины чистых потерь монополии на практике.

### ***Вариант №2***

1. Отраслевой рынок как организующий механизм деятельности фирмы.
2. Монополия как объект экономического анализа. Последствия монопольной власти фирмы.

### ***Вариант №3***

1. Структура и эффективность функционирования отраслевых рынков.
2. Классификация рынков. Типы рыночных структур.\*

### ***Вариант №4***

1. Направления формирования теории отраслевых рынков. Проблемы системы и комплексности исследования отраслевого рынка.
2. Последствия монопольной власти фирмы, издержек монополизации

### ***Вариант №5***

1. Роль государства в обеспечении результативности фирм и рынков.
2. Альтернативные издержки монополизации.

## **Аттестационная контрольная работа №2**

### ***Вариант №1***

1. Определение рыночных барьеров. Виды барьеров входа- выхода.
2. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции.

### ***Вариант №2***

1. Формирование модели совершенной конкуренции. Кризис модели.
2. Ценовая конкуренция и стратегическое поведение потенциального конкурента.

### ***Вариант №3***

1. Взаимодополняемость промышленной и конкурентной политики.
2. Доминирующая роль совершенной конкуренции в экономике отрасли.

## **Аттестационная контрольная работа №3**

### ***Вариант №1***

1. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.
2. Государственная политика по отношению к кооперативным взаимодействиям фирм. Регулирование слияний и поглощений

### **Вариант №2**

1. Модель Ланкастера: доминирующая фирма на рынке дифференцированного товара.
2. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Виды ценовой дискриминации.

### **Вариант №3**

1. Модель Ланкастера: доминирующая фирма на рынке дифференцированного товара.
2. Ценовое лидерство фирмы. Картельные соглашения.

### **Задания к контрольной работе №3**

1. Зависимость объема спроса на товар компании от цены и суммы расходов на рекламу описывается функцией  $Q_d = P^{-\alpha} S^{\beta}$ , где  $S$  - сумма расходов на рекламу;  $\alpha > 0$ ;  $\beta > 0$ .

1.1. Определите оптимальную долю расходов на рекламу в выручке компании.

1.2. Охарактеризуйте альтернативные объяснения рекламы в теории отраслевых рынков.

2. Две фирмы производят однородный продукт с нулевыми предельными издержками. Рыночный спрос составляет  $Q_d = 1 - P$ . Фирмы выбирают по Штакельбергу (количество фирмы-лидера мы будем обозначать  $q_1$ , а количество фирмы последователя –  $q_2$ ). Обе фирмы несут постоянные издержки входа  $F = \frac{1}{25}$ .

2.1. Какое количество должна выбрать фирма-лидер, чтобы предотвратить вход последователя на рынок? Является ли предотвращение входа прибыльным для лидера по сравнению с выбором выпуска, равновесного по Штакельбергу, - при котором вход последователя произойдет?

2.2. Является ли выпуск (мощности), предотвращающий вход новичка, компонентом равновесия по Нэшу? Сделайте выводы о стратегическом расширении мощностей как способе предотвращения входа.

2.3. Продемонстрируйте различия между моделями Спенса и Диксита стратегического предотвращения входа.

3.  $N$  идентичных продавцов продают товар информированным и неинформированным (о ценах в других магазинах) покупателям. Общее число покупателей - 8000 человек в день, из них 20% - не информированы о ценах.



Каждый покупатель приобретает только одну штуку товара. Максимальная цена, которую готовы заплатить информированные покупатели, равна средним издержкам фирм. Зависимость средних издержек фирмы от объема продаж товара  $AC_i = 3 + \frac{(8 - q_i)^2}{2}$  (руб.). Неинформированные покупатели равномерно распределяются между  $N$  магазинами, они готовы платить цену, равную 11 руб.

3.1. Определите возможные ценовые стратегии продавцы в долгосрочном периоде и соответствующую величину прибыли.

3.2. Определите ограничение на количество фирм, при котором возможно получение ненулевой экономической прибыли.

3.3. Сделайте вывод о влиянии асимметрии информации о ценах на поведение и прибыль участников рынка.

4. Монополист-производитель, производящий товар с нулевыми затратами, предлагает дистрибьютору-монополисту, крайне отрицательно относящемуся к риску, схему оплаты поставок по модели двухставочного тарифа.

4.1. Определите параметры оптимального двухставочного тарифа, если рыночный спрос составляет  $Q_d = 1 - P$ , а затраты дистрибьютора на реализацию – 0,1.

4.2. Ответьте на вопрос (4.1) при условии, что рыночный спрос с вероятностью 0,5 составляет  $Q_d = 1,1 - P$ , и с вероятностью 0,5 -  $Q_d = 0,9 - P$ ;

4.3. Ответьте на вопрос (4.1) при условии, что затраты дистрибьютора на реализацию с вероятностью 0,5 составляют 0,15, и с вероятностью 0,5 - 0,05.

4.4. Сделайте вывод о влиянии отношения дистрибьюторов к риску и неопределенности на результативность альтернативных типов вертикальных контрактов.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

### **вопросов промежуточной аттестации (экзамена)**

#### **по дисциплине «Теория отраслевых рынков»**

1. Объект и предмет исследования в экономике отраслевых рынков. Подходы к изучению отраслевой организации экономики. Гарвардская парадигма.

2. Отраслевой рынок как организующий механизм деятельности фирмы.
3. Структура и эффективность функционирования отраслевых рынков.
4. Роль государства в обеспечении результативности фирм и рынков.
5. Факторы, определяющие структуру рынка.
6. Функции рынка.
7. Разновидности рыночных структур.\*
8. Природа и определение отраслевых барьеров входа-выхода на отраслевые рынки.
9. Барьеры входа на отраслевой рынок.
10. Барьеры выхода на отраслевом рынке.
11. Классификация Д. Бэйна отраслевых барьеров.
12. Проблемы входных барьеров для бизнеса.
13. Нестратегические барьеры входа на рынок.
14. Стратегические барьеры входа на рынок.
15. Административные барьеры. Классификация административных барьеров.
16. Направления регулирования отраслевых барьеров в РФ.
17. Показатели входа и выхода. Экономические потери от отраслевых барьеров.
18. Фирма в современной экономической системе.
19. Технологическая концепция фирмы.
20. Контрактная концепция фирмы.
21. Стратегическая концепция фирмы.
22. Классификация внутренних структур фирмы.
23. Определение дифференциации продукта. Продукт как набор характеристик. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции.
24. Проблема измерения дифференцированного продукта. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта.
25. Модели с дифференцированным продуктом: модель «линейного города» (модель Хотеллинга).
26. Модели с дифференцированным продуктом: модель «кругового города» (модель Салопа);
27. Модели с дифференцированным продуктом: продукт как совокупность характеристик: модель Ланкастера;
28. Модели с дифференцированным продуктом: модель Бертрана с дифференцированным продуктом.
29. Бренд как проявление дифференциации.
30. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения.
31. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.
32. Стимулы и формы вертикальной интеграции.
33. Последствия вертикальной интеграции
34. Ценовая дискриминация как экономическое явление.
35. Методы ценовой дискриминации.
36. Виды ценовой дискриминации.
37. Совершенная ценовая дискриминация (первый тип дискриминации).

38. Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип дискриминации).
39. Ценовая дискриминация по группам потребителей – разграничение рынков (третий тип дискриминации).
40. Практика ценовой дискриминации.
41. Государственное регулирование ценовых стратегий фирм.
42. Государственная отраслевая политика. Инструменты и типы государственной отраслевой политики.
43. Цели отраслевой политики государства
44. Монополия как объект экономического анализа.
45. Виды монополии и их место в современной экономике.
46. Естественная монополия.
47. Рынок несовершенной конкуренции
48. Показатели монопольной власти.
49. Регулирование монополии.
50. Цели государственной антимонопольной политики.
51. Антимонопольная политика в России.
52. Формы и методы вмешательства Министерства по антимонопольной политике (МАП).
53. Промышленная политика государства в отношении рыночных структур.
54. Теории промышленной политики.
55. Инструменты промышленной политики государства.
56. Цели и уровни промышленной политики.
57. Внутренне-ориентированная промышленная политика.
58. Экспортноориентированная промышленная политика.
59. Инновационно-ориентированная промышленная политика.

#### Задания

Энергетическая компания	Мощность, млн. кВт.
Компания 1	57,439
Компания 2	12,914
Компания 3	1,136
Компания 4	8,113
Компания 5	1,827
Компания 6	0,16
Компания 7	0,59

1. На рынке действуют четыре фирмы, каждая из которых контролирует 25%

рыночных продаж в условиях взаимодействия по Курно. Пакеты акций всех фирм можно продать втрое дороже номинала. Акционерный капитал каждой фирмы составляет по номиналу 100 млн. долл., сумма прибыли – 23%. Нормальная прибыль для отрасли составляет 8% на акционерный капитал. Известно, что эластичность рыночного спроса составляет (-2). Определите возможные показатели монопольной власти. Интерпретируйте полученные результаты.

2. Антимонопольный комитет страны установил, что фирма, являющаяся монополистом на данном рынке, производит 25 тыс. шт. товара в неделю. При этом его цена завышена на 10% по сравнению с ценой, которая сложилась бы на конкурентном рынке, а объем выпуска занижен на 29%. Каковы чистые потери благосостояния от монополии на данном рынке, если предельные издержки составляют 100 тыс. руб.?

3. Спрос на рынке, контролируемом монополистом, описывается уравнением  $Pd = 1200 - Qd$ , где  $Pd$  – цена,  $Qd$  – объем спроса. Общие издержки фирмы – монополиста описываются уравнением  $TC(Q) = Q^2$ . Какой потолок цен должно установить государство, чтобы максимизировать благосостояние общества?

4. Общие издержки зависят от выпуска как  $TC = 10Q$ , где  $Q$  – 6 тыс. шт. При этом постоянные издержки составляют 25 тыс. руб. Предельная выручка монополиста зависит от объема продаж как  $MR = 50 - Q$ . По какой цене монополия продаст товар? Определите показатель монопольной власти фирмы.

5. Фирма производит специфический продукт. Издержки его производства зависят от выпуска продукции как  $TC = 2g + 0,2g^2$ . В момент производства фирма не знает, найдет ли ее товар сбыт. С вероятностью  $p$  она может продать любое его количество по цене, равной 5, с вероятностью  $(1-p)$  – не сможет продать ничего. Произведенный продукт не подлежит хранению. Крупная фирма предлагает заключить долгосрочный договор на поставку 8 единиц продукта на условиях оплаты по цене «средние издержки + 5%». В каком случае долгосрочный контракт предпочтительнее производства на свободный рынок?

6. Рыночный спрос на конечную продукцию описывается уравнением  $Qd = 100 - P$ . Технология производства конечной продукции предполагает фиксированные пропорции использования двух типов промежуточной продукции (А и С): для выпуска единицы конечной продукции необходима одна единица промежуточного продукта А и одна единица промежуточного продукта С.

Рынок промежуточного продукта С конкурентный, средние издержки производства продукта составляют 2. Средние и предельные издержки производства промежуточной продукции А также равны 2. Определите, как повлияет вертикальная интеграция на прибыль фирм на рынке и выигрыш потребителя на рынке конечной продукции, при условии:

а) и на рынке промежуточной продукции А, и на рынке конечной продукции действует по одному производителю – монополисту;

б) и на рынке промежуточной продукции А, и на рынке конечной продукции действуют по пять фирм – олигополистов, взаимодействующих по Курно. Сделайте выводы относительно предпочтительности вертикальной интеграции:

- с точки зрения фирм;

- с точки зрения потребителей;

- с точки зрения максимизации общественного благосостояния.

7. В городе М рынок кофе представляет собой дуополию. Оптовая цена 100 – граммовой баночки кофе (разных марок) в среднем составляет 200 руб. у фирмы А и 150 руб. у фирмы Б. Качество кофе, продаваемого разными фирмами, является приблизительно одинаковым. Каким образом фирма Б может использовать в стратегических целях информацию о сбоях в поставках кофе и отсутствии запасов у фирмы А? Предположим, что фирме Б удалось вытеснить с рынка фирму А. В каком случае фирма Б вынуждена будет все-таки проводить такую же политику ценовой дискриминации, как если бы фирма А все еще присутствовала на рынке?

8. На рынке действуют две одинаковые фирмы, средние издержки которых постоянны и равны 4. Рыночный спрос на товар равен  $Q_d = 40 - P$ . Фирмы выбирают объем мощностей. После выбора на рынке фирмы конкурируют ценами (цены являются стратегическими переменными). Пусть фирмам доступны два варианта мощностей: 10 и 20. Найти равновесные ценовые стратегии фирм для каждого уровня мощности. Какую роль играет выбор мощности в качестве фактора предварительного соглашения фирм на рынке? Что может служить здесь фактором соглашения?

9. Издержки единицы товара для продавца постоянны и составляют 2. На рынке продавец сталкивается с покупателями двух типов. Функция спроса покупателя первого типа  $Q_1 = 20 - P$ ; функция спроса покупателя второго типа  $Q_2 = 20 - 2P$ . Общее число покупателей составляет 1000, по 500 покупа-

телей каждого типа. Определите объем продаж фирмы, сумму ее прибыли, величину выигрыша потребителей и общественного благосостояния:

- а) если фирма осуществляет ценовую дискриминацию первого типа;
- б) если фирма осуществляет ценовую дискриминацию второго типа, используя разные схемы двухчастного тарифа;
- в) если фирма вообще не проводит ценовой дискриминации.

10. Фирма – монополист продает товар на мировом и внутреннем рынках. Цена мирового рынка 4 долл. за штуку. Спрос на внутреннем рынке на товар фирмы описывается формулой  $Qd = 10 - 2P$ . Определите цену, по которой фирма продает товар на внутреннем рынке.

11. Фирма продает товар на двух изолированных рынках. На одном рынке она действует как абсолютный монополист, на другом – в окружении фирм – аутсайдеров. На первом рынке рыночный спрос описывается формулой  $Qd = 60 - 12P$ , на втором –  $Qd = 100 - 2P$ . На втором число аутсайдеров постоянно и составляет 10. Долгосрочные предельные издержки аутсайдера описываются формулой  $MC_i = 2 + g_i$ , где  $g_i$  – объем продаж аутсайдера. Долгосрочные предельные издержки фирмы – монополиста описываются формулой  $MC = 0,1g$ . Определите объем продаж, сумму прибыли фирмы – монополиста и аутсайдеров:

- а) если фирма осуществляет ценовую дискриминацию третьего типа;
- б) если фирма не осуществляет ценовой дискриминации.

12. Товар X производит фирма – естественная монополия, имеющая функцию издержек  $TC(g) = 50 + 10g$ , где  $g$  – выпуск продукции фирмой. Спрос на продукцию фирмы описывается уравнением  $Qd = 100 - P$ . Государство рассматривает три варианта политики по отношению к естественной монополии:

- а) не регулировать деятельность естественной монополии;
- б) установить «социально справедливую цену». Известно, что государственное регулирование цены естественной монополии повысит переменные издержки производства товара на 30%;
- в) сформировать на основе одной фирмы пять самостоятельных производителей. Известно, что каждый из пяти производителей будет обладать функцией издержек, аналогичной функции издержек первоначального варианта компании. Однако конкуренция между ними понизит цену на товар X до

уровня средних издержек.

Сравните результаты выбора того или иного варианта и определите оптимальную политику государства, ставящего целью максимизировать общественное благосостояние.

13. Спрос на товар на внутреннем рынке описывается формулой  $Qd = 120 - 12P$ , а предложение отечественных производителей формулой  $Qs = 4P - 8$ . На отечественный рынок проникает зарубежная фирма, обладающая преимуществом в издержках (средние издержки производства товара постоянны и равны 3, транспортные издержки считаем равными нулю), и начинает играть доминирующую роль. Определите объем продаж фирмы – импортера, отечественных производителей и уровень благосостояния на внутреннем рынке, если:

- а) государство проводит либеральную внешнеторговую политику;
- б) государство вводит импортный тариф в размере 2 единиц;
- в) государство вводит импортный тариф в размере 4 единиц.

#### **Тесты самопроверки по дисциплине «Теория отраслевых рынков»**

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 Салопа
11. Что представляет собой условие Дорфмана - Штайнера?
- а) Цена меняется в зависимости от объема покупки и средние расходы покупателя на единицу товара тоже изменяются
  - б) Каждая фирма будет назначать цену, равную цене конкурента с поправкой на величину транспортных расходов
  - в) Фирма для максимизации прибыли выбирает такой уровень расходов на рекламу и назначает такую цену, чтобы доля рекламных расходов в совокупной выручке фирмы была прямо пропорциональна эластичности рекламных расходов и обратно пропорциональна ценовой эластичности спроса



12. Какие факторы определяют возможность появления и функционирования доминирующей фирмы?
- а) Повышение цен и ограничение выпуска продукции
  - б) Слияние (поглощение) и инновационные процессы в отрасли
  - в) Повышение издержек и льготы, предоставляемые государством
13. Что должна учитывать доминирующая фирма при разработке стратегии своего поведения?
- а) Реакцию фирм конкурентного окружения
  - б) Количество лет (опыт) на данном рынке
  - в) Запатентованные инновации
14. От чего зависит рыночная власть доминирующей фирмы в долгосрочном 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
21. Назовите разновидности ценовой дискриминации второй степени.
- а) Простой тариф, блочный тариф, двойной тариф
  - б) Зональные цены, дифференциация цен в зависимости от статуса потребителя
  - в) Взаимосвязанные продажи при фиксированных пропорциях производства и нефиксированных
22. Каковы психологические методы ценовой дискриминации?
- а) Повышенный тариф в «часы пик», скидки для заказчиков в наименее загруженные часы
  - б) Трансфертное ценообразование и ценообразование клубных благ
  - в) Эффект Вебера - Фешнера, эффект «странных цифр», эффект «якоря»
23. Какая стратегия ценообразования быстро дает средства для покрытия расходов на НИОКР, сдерживает спрос пока производство не увеличится и привлекает конкурентов?
- а) Цена плавного спуска
  - б) Цена снятия сливок
  - в) Цена проникновения
24. Что является основным фактором против вертикальной интеграции?
- а) Барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм продавцов
  - б) Проблема «двойной надбавки»
  - в) Вид поставщика
25. Что предполагает право исключительной территории?
- а) Нормирование объема сбыта
  - б) Использование исключительных контрактов
  - в) Пространственную дифференциацию рынка и сегментацию рынка по видам покупателей
26. Назовите основной тип вертикальной квазиинтеграции в России.
- а) Интеграция ресурса
  - б) Картели
  - в) Отношения давальчества
27. Что представляет собой X-неэффективность?
- а) Альтернативные издержки монополизации
  - б) Разницу между эффективным уровнем издержек в отрасли и реальным уровнем издержек монополиста
  - в) Издержки производства в условиях монополии ниже, чем в условиях конкуренции
28. От каких факторов зависит величина чистых потерь?
- а) От величины монопольной нормы прибыли и размера монопольного рынка
  - б) От величины потребительских излишков
  - в) От общих издержек и величины «мертвого груза»

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

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

### **Темы курсовых работ по дисциплине «Теория отраслевых рынков»**

1. Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность.
2. Взаимодействие фирм как система и классификация взаимодействий фирм.
3. Факторы рыночной структуры, влияющие на взаимодействия фирм в рыночной экономике.
4. Контрактные отношения российских предприятий как источник специфических черт переходной экономики.
5. Сравнительный анализ основных типов рыночных структур.
6. Проблемы конкурентоспособности отрасли в российской экономике.
7. Бартер как межфирменные отношения в переходной экономике.
8. Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.
9. Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
10. Особенности квазимонопольного поведения фирм на рынке.
11. Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы на рынке.
12. Влияние асимметрии информации на структуру рынка.
13. Доминирующая фирма в российской экономике.
14. Особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на российском рынке.
15. Сговор и картели в экономике России.
16. Стратегия и тактика ценообразования в практике западных фирм.
17. Ценовая дискриминация в экономике России.
18. Психологические особенности ценообразования и последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния.
19. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти.
20. Альтернативные формы расчетов как фактор вертикальной интеграции.
21. Особенности функционирования естественных монополий в России.
22. Проблемы национализации и приватизации отраслей естественной монополии.
23. Теории и методы оценки потерь общественного благосостояния в условиях монополии.
24. Способы создания и поддержания монополии в отрасли.
25. Эволюция антимонопольного законодательства в развитых странах. Особенности в России.

26. Российский монополизм и последствия приватизации экономики.
27. Проблема эффективности антимонопольной политики государства.
28. Проблема эффективности внешнеторговой политики государства.
29. Проблема эффективности инновационной политики государства.
30. Проблема эффективности инвестиционной политики государства.
31. Влияние фактора НТП на стратегии фирм в высокотехнологичных отраслях.
32. Естественные монополии, эффективность государственного регулирования их деятельности.
33. Качество продукта и его место в отраслевых стратегиях.
34. Стратегическое взаимодействие крупных товаропроизводителей на мировом рынке.
35. Современные методы установления барьеров входа в отрасль.
36. Отраслевая политика государства в автомобильной промышленности России.
37. Отраслевая политика государства в металлургической промышленности России.
38. Отраслевая политика государства в нефтегазовом комплексе России.
39. Отраслевая структура, основные экономические субъекты рынка и стратегии их развития.
40. Воздействие ценовой политики фирм на структуру отраслевого рынка.
41. Применение методов ценовой дискриминации в современных рыночных условиях.
42. Реклама как метод конкурентной борьбы на рынке дифференцированного продукта.
43. Слияния и поглощения (на примере отдельных отраслей мировой и российской экономики).
44. Стратегическое поведение компаний в условиях изменения макроэкономических тенденций.
45. Стратегии проникновения международных корпораций на новые рынки.
46. Конкурентоспособность российских товаропроизводителей на международных рынках.
47. Государственная поддержка и защита отечественного товаропроизводителя.
48. Вертикальная интеграция: оценка эффективности и воздействия на структуру отраслевого рынка.
49. Диверсификация деятельности фирмы как способ адаптации к изменчивой рыночной среде.
50. Анализ отраслевого рынка (с использованием концепции «Структура-поведение-результативность») на примере важнейших отраслей национальной экономики.
51. Рынок доминирующей фирмы на примере высокотехнологичных отраслей.

52. Стратегическое поведение компаний в условиях дифференцированного продукта.
53. Воздействие инновационной политики фирмы на отраслевой рынок.
54. Стратегическое поведение компаний в условиях асимметричности информации о качестве продукции.
55. Воздействие продуктовых инноваций на структуру отраслевого рынка.
56. Воздействие технологических инноваций на структуру отраслевого рынка.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

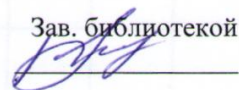
### **вопросов контрольной работы по проверке остаточных знаний студентов**

1. Современные направления исследований в теории отраслевых рынков.
2. Фирма в современной экономической системе.
3. Фирма: понятие и признаки. Основные концепции фирмы.
4. Цели деятельности фирмы и стратегии выживания фирмы.
5. Структура рынка: понятие, факторы, критерии классификации.
6. Понятие концентрации и показатели измерения.
7. Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков.
8. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков.
9. Определение барьеров входа-выхода на рынок.
10. Административные барьеры. Классификация административных барьеров.
11. Бренд как проявление дифференциации.
12. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.
13. Понятие и виды дифференциации продукта.
14. Модель пространственной дифференциации Хотеллинга.
15. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона.
16. Проблемы «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора».
17. Цели государственной антимонопольной политики.
18. Антимонопольная политика в России.
19. Естественная монополия.
20. Инновационно-ориентированная промышленная политика.

### **Фонд оценочных средств** (Приложение к рабочей программе)

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Зав. библиотекой



### Рекомендуемая литература и источники информации

№	Виды занятий (лк, пз, лб, срс, ирс)	Комплект необходимой учебной литературы по дисциплинам (наименование учебника, учебного пособия, конспект, лек., учебно-методич. литературы)	Автор	Издат. и год издания	Кол-во пособий, учебников и прочей литературы	
					в библиот.	на кафедре
<b>а) ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА</b>						
1.	ЛК, ПЗ, СРС	Теория отраслевых рынков	Атуева Э.Б.	ДГТУ, Махачкала: АЛЕФ, 2018 - 226 с.	10	10
2.	ЛК, ПЗ, СРС	Экономическая теория. Микроэкономика-1, 2 : учебник	Журавлев Г.П. [и др.	М. : Дашков и К, 2017.	15	1
3.	ЛК, ПЗ, СРС	Микроэкономика: учебник для студентов направления подготовки 38.03.01 - "Экономика" для всех форм обучения. -	Исмаилова Ш.Т., Кунниев Х.М., Устаев И.Ю.	ДГТУ, Махачкала: АЛЕФ.	47	-
4.	ЛК, ПЗ, СРС	Макроэкономика: учебник для студентов направления подготовки 38.03.01 - "Экономика" для всех форм обучения.	Исмаилова Ш.Т., Юсуфова А.М.	ДГТУ, Махачкала: АЛЕФ. - 206 с.	48	1
5.	ЛК, ПЗ, СРС	Экономическая теория : учебник для вузов / СПГУ экономики и финансов	Л.С. Тарасевич	СПб. : Питер, 2018.	1	1
6.	ЛК, ПЗ, СРС	Экономическая теория : учебник	И.П. Николаева	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018.	1	1
7.	ЛК, ПЗ, СРС	Экономическая теория : краткий курс : учебник	Камаев, Владимир Дорозеевич	М. : КНОРУС, 2018.	1	1
8.	ЛК, ПЗ, СРС	Институциональная экономика: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения [http://ibooks.ru/reading.php?productid=26271]	Васильцова В., Тертыйшный С.	СПб. : Питер, 2012.	-	1
9.	ЛК, ПЗ, СРС	Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г.С. Савицкая. - 3-е изд., испр. и доп. -		М. : ИНФРА-М, 2006.	1	-
10.	ЛК, ПЗ, СРС	Экономика предприятия : учебник для вузов / 3-е изд., стереотип. -	И.Э. Берзинь	М. : Дрофа, 2016.	100	1
<b>б) ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА</b>						
11.	ЛК,	Экономика предприятия : учеб-	Чечевицына,	Ростов н/Д :	1	-

	ПЗ, СРС	ник для вузов / Л.Н. Чечевицына. - Изд. 4-е, доп. и перераб. -	Людмила Николаевна	Феникс, 2005		
12.	ЛК, ПЗ, СРС	Экономика предприятия : учеб. пособие / В.Н. Смагин.	Смагин, Вячеслав Николаевич	М.: КНОРУС, 2006.	1	-
13.	ЛК, ПЗ, СРС	Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине "Теория отраслевых рынков" для студентов направления подготовки бакалавров - Экономика	Гасанова Н.М.	Махачкала: ДГТУ, 2013.	9	10
<b>в) ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСЫ</b>						
14.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://transeconom.boom.ru">http://transeconom.boom.ru</a> – материалы по транзитивной экономике				
15.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://www.forecast.ru">http://www.forecast.ru</a> – Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП, г. Москва)				
16.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://www.cbr.ru">http://www.cbr.ru</a> – Центральный банк Российской Федерации				
17.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://www.economy.gov.ru">http://www.economy.gov.ru</a> – Министерство экономического развития и торговли РФ				
18.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://www.csr.ru">http://www.csr.ru</a> – Центр стратегических разработок				
19.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://www.libertarium.ru">http://www.libertarium.ru</a> – материалы по экономической теории				
20.	ЛК, ПЗ, СРС	<a href="http://www.ecsocman.edu.ru">http://www.ecsocman.edu.ru</a> – Федеральный образовательный портал – Экономика, социология, менеджмент – учебные материалы				

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Материально–техническое обеспечение дисциплины «Теория отраслевых рынков» включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучающихся с доступом в сеть Интернет;
- аудитории, оборудованные проекционной техникой.

На инженерно-экономическом факультете Дагестанского государственного технического университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрирован-

ные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

Лекционные аудитории оборудованы мультимедийными комплексами и экранами для демонстрации слайдовых презентаций и иных форм визуализации учебного материала дисциплины. Для демонстрации презентаций студентов на практических занятиях применяются мультимедийные средства. На факультете имеются аудитории, оборудованные интерактивной доской, проектором, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической форме, а также электронные ресурсы сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3+ с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика, профиль «Экономика предприятий и организаций» и приказа Минобрнауки России от 19.12.2013г. №1367 (ред. От 15.01.2015г.) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры».

Рецензент от выпускающей кафедры ЭиУнаП по направлению подготовки магистров 38.03.01 – Экономика, профиль «Экономика предприятий и организаций».

Рецензент от выпускающей кафедры по направлению



**.Р. Мурадова**  
ИОФ