

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  | стр. 3 | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры Инновационный менеджмент и предпринимательство  Зав. кафедрой д.э.н., профессор Джуха В.М. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Программу составил(и): к.э.н., доцент, Михненко Т.Н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры Инновационный менеджмент и предпринимательство  Зав. кафедрой д.э.н., профессор Джуха В.М. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Программу составил(и): к.э.н., доцент, Михненко Т.Н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры Инновационный менеджмент и предпринимательство  Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Джуха В.М. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Программу составил(и): к.э.н., доцент, Михненко Т.Н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры Инновационный менеджмент и предпринимательство  Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Джуха В.М. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Программу составил(и): к.э.н., доцент, Михненко Т.Н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | | | |  |  |  |  |  |  | стр. 4 |
| **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Цели освоения дисциплины: формирование у студента современного экономического мышления, знания теоретических основ, закономерностей формирования и экономических последствий функционирования рыночных структур, включая особенности поведения предприятий на уровне отдельных отраслей и регионов. | | | | | | | | | | |
| 1.2 | Задачи: изучение теоретических основ формирования и функционирования рыночных структур на уровне отрасли и региона; изучение основ организационного поведения хозяйствующих субъектов в условиях конкуренции; освоение основных закономерностей функционирования рынков, отраслей и фирм; формирование осознанного подхода к возможности и необходимости государственного регулирования отраслевой структуры; изучение основных концепций и стратегических направлений государственной промышленной и антимонопольной политики; изучение методов экономического анализа применительно к углубленному исследованию рыночных структур. | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** | | | | | | | | | | | |
| Цикл (раздел) ООП: | | | Б1.В | | | | | | | | |
| **2.1** | **Требования к предварительной подготовке обучающегося:** | | | | | | | | | | |
| 2.1.1 | Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются навыки, знания и умения, полученные в результате изучения дисциплин: | | | | | | | | | | |
| 2.1.2 | Общий и стратегический менеджмент | | | | | | | | | | |
| 2.1.3 | Экономическая теория | | | | | | | | | | |
| **2.2** | **Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:** | | | | | | | | | | |
| 2.2.1 | Инновационная стратегия | | | | | | | | | | |
| 2.2.2 | Бизнес-планирование | | | | | | | | | | |
| 2.2.3 | Организация предпринимательской деятельности | | | | | | | | | | |
| 2.2.4 | Управление инвестиционной деятельностью | | | | | | | | | | |
| 2.2.5 | Стратегическая оценка бизнеса | | | | | | | | | | |
| 2.2.6 | Прикладная микроэкономика | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | | | | | | | | | |
| **ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли** | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | |
| понятийный аппарат, составляющий основу теории отраслевых рынков | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | |
| использовать навыки применения моделей поведения фирм в различных рыночных структурах | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | |
| знаниями о закономерностях функционирования отраслей, рынков и фирм | | | | | | | | | | | |
| **ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели** | | | | | | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | | | | | | |
| особенности поведения фирм, их влияние на рынок | | | | | | | | | | | |
| **Уметь:** | | | | | | | | | | | |
| проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур; исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию | | | | | | | | | | | |
| **Владеть:** | | | | | | | | | | | |
| современными методиками расчета показателей, характеризующих конкуренцию | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | | |
| **Код занятия** | | **Наименование разделов и тем /вид занятия/** | | **Семестр / Курс** | | **Часов** | **Компетен-**  **ции** | **Литература** | **Интер акт.** | **Примечание** | |
|  | | **Раздел 1. Фирма в Теории организации рынковРыночная концентрация и монопольная власть** | |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 5 |
| 1.1 | Тема 1.1 «Субъекты отраслевого рынка. Основные концепции фирмы»  Предмет, субъекты отраслевого рынка. Формирование Гарвардской и Чикагской парадигмы. Подходы к исследованию товарных рынков. Сущность технологической, контрактной и стратегической концепции фирмы.Признаки фирмы как субъекта рынка. Классификация внутренних структур фирмы: по размеру, по структурам управления, формам собственности. Альтернативные цели фирм: цели индивидуального собственника, цели управляющих. Конфликт интересов собственников и управляющих.Понятия «рынок» и «отрасль». Определение размера фирмы относительно размера рынка. Способы и показатели установления границ отраслевого рынка. Показатели рыночной концентрации: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс энтропии, индекс Джини. Понятие «барьеров входа/выхода», их влияние на формирование рыночных структур и функционирование фирм. Классификация входных барьеров. Виды стратегических и нестратегических барьеров входа.  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3  Э1 | 2 |  | |
| 1.2 | Тема 1.1 «Историко-экономические основы анализа отраслевой организации рынков»  Роль Чикагской и Гарвардской школ в теории отраслевых рынков.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 1.3 | Тема 1.2 «Подходы к изучению отраслевой организации экономики»  Подход с точки зрения «структура- поведение-результат», с точки зрения «Теории цен» к изучению отраслевой организации экономики. Признаки фирмы как субъекта рынка. Стратегический подход к анализу природы фирмы.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 1.4 | 1. Подходы к изучению организации отраслевых рынков в мировой экономической науке.  2. Основные концепции фирмы в теории организации рынков.  3. Альтернативные цели фирм в теории организации отраслевых рынков.  /Ср/ | 5 | | 6 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
|  | **Раздел 2. Доминирующая фирма и ее влияние на отраслевые рынки** |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 6 |
| 2.1 | Тема 2.1 «Преимущество доминирующей фирмы в ценах» Понятие «доминирующая фирма», условия доминирования фирмы на рынке. Ценовое лидерство доминирующей фирмы. Анализ рынка с доминирующей фирмой. «Модели ценообразования доминирующей фирмы» Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы. Статические, динамические и грабительские модели ценообразования доминирующей фирмы. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы. Квазиконкурентные рынки  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 2 |  | |
| 2.2 | Тема 2.1 «Границы рынка, способы их установления, классификация отраслевых рынков»  Способы установления границ отраслевого рынка. Классификация отраслевых рынков. Виды отраслевых рынков. Классификация отраслей. Решение задач по определению рыночной концентрации на основе показателей индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс энтропии, индекс Джини. Проблемы измерения рыночной концентрации. Концентрация в экономиках европейский стран. Связь между рыночной концентрацией и прибыльностью.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 2.3 | Тема 2.2 «Особенности функционирования рынков с доминирующей фирмой»  Условия доминирования, доминирующие фирмы в России. Особенности ценообразования на рынках с доминирующей фирмой  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 2.4 | Показатели концентрации продавцов на отраслевых рынках.  Барьеры входа на отраслевой рынок и выхода с отраслевого рынка.  Показатели монопольной власти на отраслевых рынках.  Последствия влияния монопольной власти на отраслевых рынках.  Доминирующая фирма и ее значение на отраслевых рынках.  /Ср/ | 5 | | 12 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
|  | **Раздел 3. Асимметрия и неполнота информации и ее влияние на функционирование отраслевых рынков** |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 7 |
| 3.1 | Тема 4.1 «Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков»  Неполнота и асимметричность информации: причины возникновения и их влияние на формирование рыночных структур и функционирование фирм. Понятие рынка с асимметричной информацией. Ограниченность информации о качестве товара. Модель «рынка лимонов» Акерлофа. Решение «проблемы лимонов». Роль государства в решении проблемы асимметричности информации о качестве: внедрение стандартизации и сертификации, контроль рекламной деятельности, ценовая политика. Действия производителей товаров высокого качества по отношению к решению «проблемы лимонов»: репутация, предоставление гарантий, расточительные расходы на рекламу, низкая входная цена. Роль независимых организаций потребителей в решении «проблемы лимонов».  Сущность проблем «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора». Проблема выбора политики продавца на рынке с асим¬метричной информацией о качестве.Асимметричная информация о ценах в моделях «Ловушка для туриста» и «туристы и аборигены»  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3  Э1 | 2 |  | |
| 3.2 | Тема 4.1 «Влияние асимметричности информации о качестве товара на благосостояние покупателей и продавцов»  понятие, причины возникновения и последствия существования неполноты и асимметричности информации. Влияние асимметричности информации о качестве товара на благосостояние покупателей и продавцов. Роль государства в решении проблемы «рынка лимонов». Сигналы о качестве: понятие, сущность и содержание. Ценовые и неценовые сигналы. Деятельность независимых объединений покупателей в сфере решения проблемы ограниченности информации о качестве товара.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 3.3 | Особенности функционирования квазиконкурентных рынков.  Информация как одна из причин снижения интенсивности конкуренции на отраслевых рынках.  /Ср/ | 5 | | 4 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
|  | **Раздел 4. Дифференциация продукта: понятие, виды и влияние на отраслевые рынки** |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 8 |
| 4.1 | Тема 5.1 «Дифференциация продукта как явление»  Понятие продуктовой дифференциации. Различия между рынками однородного и дифференцированного продукта. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта. Показатели измерения степени дифференциации продукта на отраслевом рынке. Модель Чемберлина.  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 4.2 | Тема 5.2 «Модели горизонтальной и вертикальной дифференциации продукта»  Модель «линейного города» горизонтальной дифференциации продукта Г.Хотеллинга. Модель Хотеллинга при росте транспортных расходов. Модель Хотеллинга с квадратичным ростом транспортных расходов. Модель Хотеллинга с фиксированными ценами. Модель «кругового города» Салопа. Продукт как совокупность характеристик: модель Ланкастера. Особенности функционирования рынков с вертикальной дифференциацией товара. Модель Саттона вертикальной дифференциации продукта.  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 4.3 | Тема 5.1 «Влияние дифференциации на формирование рыночных структур и на функционирование фирм в них»  Понятие дифференциации товара. Дифференциация продукта в условиях монополистической конкуренции.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 4.4 | Тема 5.2 «Принципы и типы дифференциации»  Модели вертикальной и горизонтальной дифференциации продукта. Информационная дифференциация продуктов и реклама.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 2 |  | |
| 4.5 | Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта.  Роль рекламы как инструмента повышения прибыли на рынке дифференцированного продукта.  /Ср/ | 5 | | 8 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
|  | **Раздел 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения** |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 9 |
| 5.1 | Тема 6.1 «Вертикально интегрированные структуры на отраслевых рынках»  Преимущества и недостатки вертикальной интеграции. Побудительные мотивы фирм к вертикальной интеграции. Виды интеграции. Типы вертикальных ограничений. Формы вертикального контроля. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 5.2 | Тема 6.1 «Интеграционные процессы на отраслевых рынках. Интеграция и аутсорсинг»  Побудительные мотивы фирм к вертикальной интеграции. Интеграционные процессы на отраслевых рынках. Интеграция и аутсорсинг. Горизонтальная, вертикальная и универсальная интеграция. Трансакционные издержки и вертикальная интеграция. Общественные выгоды от вертикальной интеграции.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 5.3 | Тема 6.2 «Формы вертикального контроля. Понятие и типы вертикальных ограничений»  Формы вертикального контроля. Понятие и типы вертикальных ограничений. Вертикальные ограничения: фиксирование цены при перепродажах, эксклюзивное лидерство. Франчайзинг как форма вертикального контроля. Следствия вертикальной интеграции.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 5.4 | Слияния и поглощения фирм как метод интеграции.Вертикальная интеграция как особая форма взаимоотношений между производителями и продавцами на отраслевых рынках.  Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами. Формы вертикального контроля  /Ср/ | 5 | | 8 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3  Э1 Э2 | 0 |  | |
|  | **Раздел 6. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке** |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 10 |
| 6.1 | Тема 7.1 «Характеристики и признаки олигополистического рынка»  Понятие олигополии. Формы стратегического поведения фирмы в условиях олигополистического рынка.«Формы стратегического поведения фирмы в условиях олигополистического рынка. Стратегия сговора на рынке»  Классификация некооперативных стратегий поведения. Кооперативные модели поведения олигополистов. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Бертрана. «Дилемма заключенного» в бесконечно повторяющейся игре. Сущность стратегии «руки, дрожащей на курке» и стратегии «хищничества». Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Курно. Модель Эджворта. Модель Штакельберга. Модель Форхаймера. Стратегия сговора на рынке. Мотивы заключения картельного соглашения. Стимулы к нарушению картельного соглашения  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 6.2 | Тема 7.1 «Некооперативные и кооперативные модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке»  Особенности олигополистической структуры рынка. Стратегия поведения фирм в модели дуополии Курно. Особенности поведения фирм в модели Штакельберга. Суть модели Бертрана. Парадокс Бертрана. Мотивы, способствующие сговору (соглашению) фирм на рынке.  /Пр/ | 5 | | 4 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 6.3 | Тема 7.2 «Особенности поведения фирм в рамках картеля» Условия стабильности картеля. Примеры картельных соглашений в России и за рубежом. /Пр/ | 5 | | 4 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 6.4 | Особенности некооперативных стратегий поведения фирм на отраслевых рынках.Кооперативные модели взаимодействия крупных фирм на отраслевых рынках.  /Ср/ | 5 | | 12 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л2.3 | 0 |  | |
|  | **Раздел 7. Ценовая дискриминация как экономическое явление** |  | |  |  |  |  |  | |

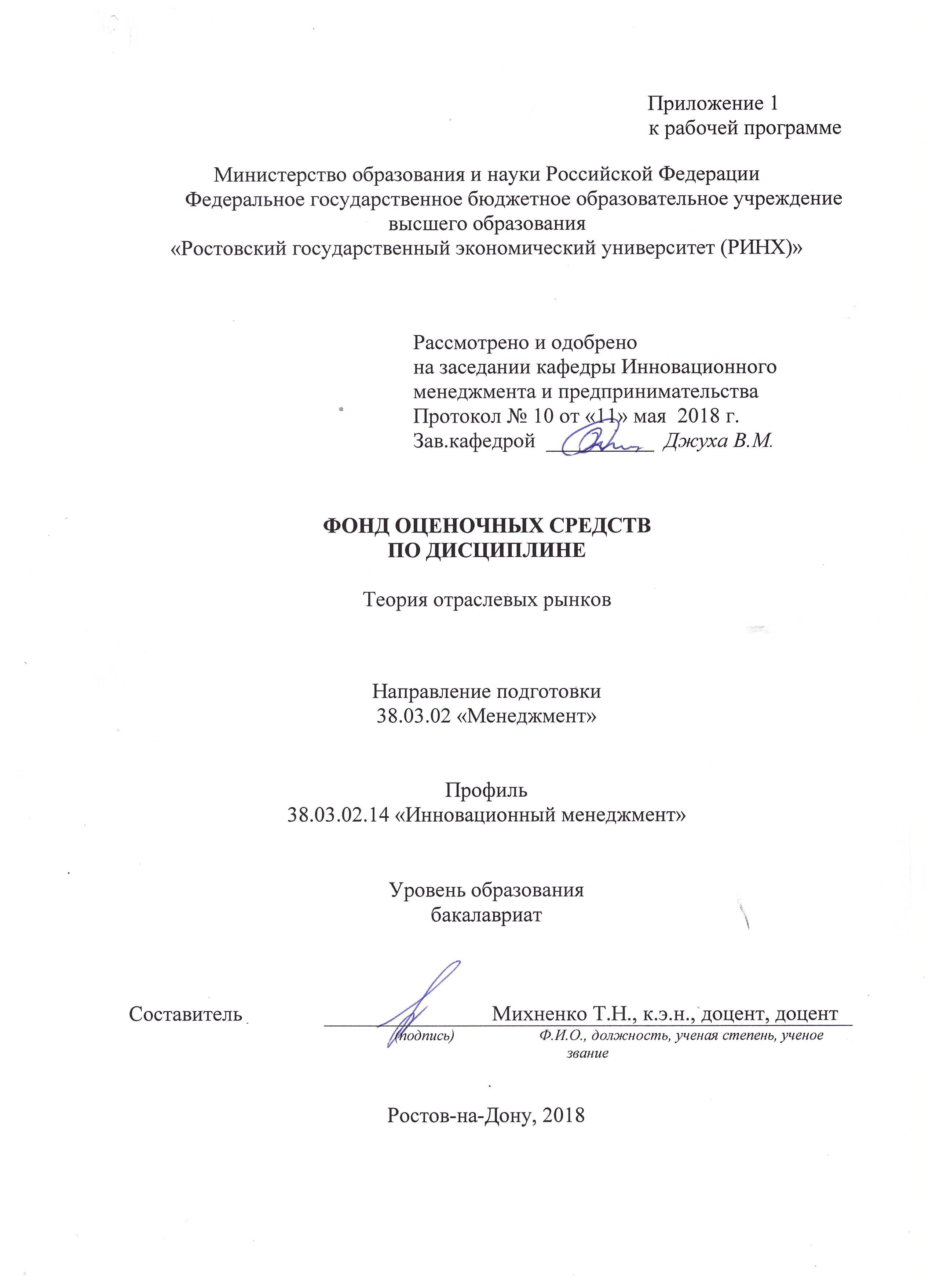
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 11 |
| 7.1 | Тема 8.1 «Ценовая дискриминация: понятие мотивы, условия и типы»  Экономическая суть ценовой дискриминации. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации по Пигу: совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки, ценовая дискриминация по группам потребителей. Связанные продажи как метод ценовой дискриминации. Нелинейное ценообразование (принцип определения комбинаций объема покупки/цены). Сезонное ценообразование как метод ценовой дискриминации. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза. Способы решения парадокса Коуза.  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 7.2 | Тема 8.1 «Экономическая суть ценовой дискриминации»  Цели использования ценовой дискриминации фирмами. Условия использования ценовой дискриминации. Три степени ценовой дискриминации.  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 2 |  | |
| 7.3 | Тема 8.2 «Воздействие ценовой дискриминации на экономические процессы»  Ценовая дискриминация и поведение продавцов и покупателей. Следствия ценовой дискриминации  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
| 7.4 | Сезонное ценообразование, нелинейное ценообразование, связанные продажи как методы ценовой дискриминации /Ср/ | 5 | | 12 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.3 | 0 |  | |
|  | **Раздел 8. Государственная отраслевая политика** |  | |  |  |  |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 12 |
| 8.1 | Тема 9.1 «Значение и цели государственной отраслевой политики»  Причины необходимости государственной отраслевой политики. Провалы рынка. Типы отраслевой политики. Понятие, причины возникновения и государственное регулирование естественных монополий. Методы ценообразования на продукцию естественных монополий: ценообразование по предельным издержкам, цена Рамсея («социально справедливая» цена) для однопродуктового монополиста, цена Рамсея для многопродуктового монополиста, ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Принципы регулирования доходности естественной монополии. Внедрение конкуренции на рынок естественных монополий как способ снижения потерь общества от монопольной власти. Понятие и причины возникновения естественных монополий. Естественные монополии в России и их реформирование. Регулирование деятельности естественных монополий. Ценовые и неценовые формы регулирования естественных монополий. Теоретические основы государственной антимонопольной политики. Позиции Гарвардской и Чикагской школ по проведению конкурентной политики. Государственная политика в отношении монопольных структур в России и зарубежных странах. Государственная антимонопольная политика в отношении слияния и поглощения фирм. Особенности государственной политики относительно соглашений о ценовой дискриминации  /Лек/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л2.3  Э1 Э2 | 0 |  | |
| 8.2 | Тема 9.1 «Провалы рынка. Необходимость государственной отраслевой политики»  Понятие и разновидности «провалов» рынка. Цели и значение государственной отраслевой политики. Экономические функции и методы государственного воздействия.  Ценовые и неценовые методы государственного воздействия на отраслевые рынки  /Пр/ | 5 | | 2 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л2.1 Л2.3 | 2 |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | |  |  |  |  |  |  | стр. 13 |
| 8.3 | Тема 9.2 «Естественные монополии в России и их реформирование»  Понятие и причины возникновения естественных монополий. Естественные монополии в России и их реформирование. Регулирование деятельности естественных монополий. Ценовые и неценовые формы регулирования естественных монополий. Теоретические основы государственной антимонопольной политики. Позиции Гарвардской и Чикагской школ по проведению конкурентной политики. Государственная политика в отношении монопольных структур в России и зарубежных странах. Государственная антимонопольная политика в отношении слияния и поглощения фирм. Особенности государственной политики относительно соглашений о ценовой дискриминации.  /Пр/ | 5 | | 4 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л2.3 | 0 |  | |
| 8.4 | Необходимость и задачи государственного регулирования отраслевых рынков. Типы государственной отраслевой политики.  Государственное регулирование естественных монополий.Антимонопольная политика как одно из направлений государственного регулирования отраслевых рыночных структур.Основные характеристики антимонопольной политики в России.Конкурентные отраслевые рынки и их эффективность. Структура отраслевых рынков и факторы ее определяющие.  Характеристика основных отраслевых рыночных структур.Информационные проблемы функционирования рыночных структур.Влияние отраслевой структуры на результаты деятельности фирм. Мотивы и эффективность слияний и поглощений фирм. Государственная политика по отношению к отраслям.Оценка эффективности антимонопольной, внешнеторговой, инновационной и инвестиционной политики государства  /Ср/ | 5 | | 28 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л2.3 | 0 |  | |
| 8.5 | /Экзамен/ | 5 | | 36 | ПК-9 ПК-17 | Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3  Э1 | 0 |  | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** | | | | | | | | | |
| **5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации** | | | | | | | | | |
| Вопросы к экзамену:  1. Предмет и подходы к изучению теории отраслевых рынков.  2. Технологическая концепция фирмы.  2. Контрактная концепция фирмы.  3. Стратегическая концепция фирмы.  4. Альтернативные цели фирмы: цель индивидуального собственника. | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx |  | стр. 14 |
| 5. Альтернативные цели фирмы: цели управляющих.  6. Проблема конфликта интересов собственников и управляющих.  7. Классификация внутренних структур фирмы.  8. Определение границ рынка.  9. Определение показателя размера фирмы.  10. Показатели концентрации продавцов на рынке: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс энтропии.  11. Показатели концентрации продавцов на рынке: индекс Джини, индекс Лернера, коэффициент Бэйна, коэффициент Тобина.  12. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка и их роль в формировании отраслевой структуры.  13. Максимизация прибыли монополии.  14. Последствия монопольной власти.  15. Альтернативные издержки монополизации.  16. Х-неэффективнсоть монополии.  17. Преимущества доминирующей фирмы в ценах.  18. Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы.  19. Статические модели ценообразования доминирующей фирмы.  20. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы.  21. Грабительская модель ценообразования доминирующей фирмы.  22. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы на отраслевых рынках.  23. Понятия неполнота и асимметричность информации и причины их возникновения.  24. Модель «рынка лимонов» Акерлофа.  25. Решение «проблемы лимонов»: сигналы о качестве.  26. Проблемы «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора».  27. Ассиметричная информация о ценах.  28. Модель Чемберлина дифференциации продукта.  29. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта.  30. Модель «линейного города» Хотеллинга.  31. Модель Хотеллинга с квадратичным ростом транспортных расходов.  32. Модель Хотеллинга с фиксированными ценами.  33. Модель «кругового города» (модель Салопа).  34. Модель дифференциации продукта Ланкастера.  35.Особенности выбора покупателя на рынке вертикально дифференцированного продукта (модель Саттона).  36. Недостатки т преимущества вертикальной интеграции.  37. Формы вертикального контроля.  38. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами.  39. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.  40. Характеристики и признаки олигополистического рынка.  41. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Бертрана.  42. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Курно.  43. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Штакельберга.  44. Кооперативные модели поведения олигополистов.  45. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации.  46. Совершенная ценовая дискриминация.  47. Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки.  48. Ценовая дискриминация по группам потребителей.  49. Связанные продажи как метод ценовой дискриминации.  50. Нелинейное ценообразование (принцип определения комбинаций объема покупки/цены).  51. Сезонное ценообразование как метод ценовой дискриминации.  52. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза.  53. Значение и цели государственной отраслевой политики.  54. Типы государственной отраслевой политики.  55. Понятие, причины возникновения и государственной регулирование естественных монополий.  56. Методы ценообразования на продукцию естественных монополий.  57. Принципы регулирования доходности естественных монополий.  58. Внедрение конкуренции на рынок естественных монополий как способ снижения потерь общества от монопольной власти.  59. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.  60. Доминирующая зарубежная фирма на внутреннем рынке.  61. Олигополия в международной торговле.  62. Цели и значение антимонопольной политики государства.  63. Антимонопольная политика в России.  64. Сущность моделей «туристы и аборигены», «ловушка для туристов» | | |
| **5.2. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля** | | |
| Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 38.03.02.14\_1.plx | | | |  |  |  | стр. 15 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | |
| **6.1. Рекомендуемая литература** | | | | | | | |
| **6.1.1. Основная литература** | | | | | | | |
|  | Авторы, составители | | Заглавие | | Издательство, год | Колич-во | |
| Л1.1 | Джуха В. М., Курицын А. В., Штапова И. С. | | Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие для студентов вузов | | М.: КНОРУС, 2012 | 20 | |
| Л1.2 | Рой Л. | | Анализ отраслевых рынков: учебник / Л. Рой, В. Третьяк ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Экономический факультет [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=316967 | | М. : ИНФРА-М, 2008 | 0 | |
| **6.1.2. Дополнительная литература** | | | | | | | |
|  | Авторы, составители | | Заглавие | | Издательство, год | Колич-во | |
| Л2.1 | Розанова Н. М. | | Введение в современную экономику. Популярно о фирме, банке, применении экономических знаний и многом другом: [учеб. пособие] | | М.: ЛИБРОКОМ, 2013 | 30 | |
| Л2.2 | Джуха В. М., Штапова И. С., Жуковская Н. П., Кокин А. Н. | | Стратегический менеджмент: учеб. пособие | | Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013 | 65 | |
| Л2.3 | Самсонова М.В. | | Экономика отраслевых рынков : практикум / М.В. Самсонова, Е.А. Белякова ; Кафедра экономики и организации производства, Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php? page=book&id=330589 | | Оренбург : ОГУ, 2015 | http://biblioclub.ru/ - неограниченный доступ для зарегистрированн ых пользователей | |
| **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | | | | | | | |
| Э1 | Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ http://www.fas.gov.ru/ | | | | | | |
| Э2 | www.economy.gov.ru/minec/main - Министерство экономического развития РФ | | | | | | |
| **6.3. Перечень программного обеспечения** | | | | | | | |
| 6.3.1 | | Microsoft Office | | | | | |
| **6.4 Перечень информационных справочных систем** | | | | | | | |
| 6.4.1 | | Консультант + | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | |
| 7.1 | | Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование. | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | |
| Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. | | | | | | | |



**Оглавление**

[1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 3](#_Toc522202404)

[2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 3](#_Toc522202405)

[3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 4](#_Toc522202406)

[4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 26](#_Toc522202407)

**1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины».

**2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ЗУН, составляющие компетенцию | Показатели оценивания | Критерии оценивания | Средства оценивания |
| ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли | | | |
| З понятийного аппарата, составляющего основу теории отраслевых рынков  У использовать навыки применения моделей поведения фирм в различных рыночных структурах  В знаниями о закономерностях функционирования отраслей, рынков и фирм | поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно- коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; анализ и обработка данных , необходимых для анализа отраслевых рынков | соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; способность оценивать влияние отраслевой структуры на поведение фирм; оценивать влияние поведения фирм на структуру отраслевого рынка | Т – тест, КР – контрольная работа (задание 1,2), Р – реферат |
| ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели | | | |
| З особенностей поведения фирм, их влияние на рынок  У проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур; исследовать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию  В современными методиками расчета показателей, характеризующих конкуренцию | поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно- коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; сбор и анализ информации об отраслевых особенностях рынка; расчет показателей концентрации продавцов (производителей) на рынке; анализ отраслевой политики государства и ее влияния на возможность осуществления предпринимательской деятельности | соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет | Т – тест, КР - контрольная работа (задание 1,2), Р – реферат |

2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

**3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**Вопросы к экзамену**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Предмет и подходы к изучению теории отраслевых рынков.

2. Технологическая концепция фирмы.

2. Контрактная концепция фирмы.

3. Стратегическая концепция фирмы.

4. Альтернативные цели фирмы: цель индивидуального собственника.

5. Альтернативные цели фирмы: цели управляющих.

6. Проблема конфликта интересов собственников и управляющих.

7. Классификация внутренних структур фирмы.

8. Определение границ рынка.

9. Определение показателя размера фирмы.

10. Показатели концентрации продавцов на рынке: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс энтропии.

11. Показатели концентрации продавцов на рынке: индекс Джини, индекс Лернера, коэффициент Бэйна, коэффициент Тобина.

12. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка и их роль в формировании отраслевой структуры.

13. Максимизация прибыли монополии.

14. Последствия монопольной власти.

15. Альтернативные издержки монополизации.

16. Х-неэффективнсоть монополии.

17. Преимущества доминирующей фирмы в ценах.

18. Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы.

19. Статические модели ценообразования доминирующей фирмы.

20. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы.

21. Грабительская модель ценообразования доминирующей фирмы.

22. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы на отраслевых рынках.

23. Понятия неполнота и асимметричность информации и причины их возникновения.

24. Модель «рынка лимонов» Акерлофа.

25. Решение «проблемы лимонов»: сигналы о качестве.

26. Проблемы «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора».

27. Ассиметричная информация о ценах.

28. Модель Чемберлина дифференциации продукта.

29. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта.

30. Модель «линейного города» Хотеллинга.

31. Модель Хотеллинга с квадратичным ростом транспортных расходов.

32. Модель Хотеллинга с фиксированными ценами.

33. Модель «кругового города» (модель Салопа).

34. Модель дифференциации продукта Ланкастера.

35.Особенности выбора покупателя на рынке вертикально дифференцированного продукта (модель Саттона).

36. Недостатки и преимущества вертикальной интеграции.

37. Формы вертикального контроля.

38. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами.

39. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.

40. Характеристики и признаки олигополистического рынка.

41. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Бертрана.

42. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Курно.

43. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Штакельберга.

44. Кооперативные модели поведения олигополистов.

45. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации.

46. Совершенная ценовая дискриминация.

47. Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки.

48. Ценовая дискриминация по группам потребителей.

49. Связанные продажи как метод ценовой дискриминации.

50. Нелинейное ценообразование (принцип определения комбинаций объема покупки/цены).

51. Сезонное ценообразование как метод ценовой дискриминации.

52. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза.

53. Значение и цели государственной отраслевой политики.

54. Типы государственной отраслевой политики.

55. Понятие, причины возникновения и государственной регулирование естественных монополий.

56. Методы ценообразования на продукцию естественных монополий.

57. Принципы регулирования доходности естественных монополий.

58. Внедрение конкуренции на рынок естественных монополий как способ снижения потерь общества от монопольной власти.

59. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.

60. Доминирующая зарубежная фирма на внутреннем рынке.

61. Олигополия в международной торговле.

62. Цели и значение антимонопольной политики государства.

63. Антимонопольная политика в России.

64. Сущность моделей «туристы и аборигены», «ловушка для туристов»

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

(подпись)

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Предмет и подходы к изучению теории отраслевых рынков.

2. Модель «кругового города» (модель Салопа).

Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

 Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №2**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Технологическая концепция фирмы.

2. Модель дифференциации продукта Ланкастера

Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха 

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №3**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Контрактная концепция фирмы.

2. Особенности выбора покупателя на рынке вертикально дифференцированного продукта (модель Саттона).

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №4**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Альтернативные цели фирмы: цель индивидуального собственника

2. Недостатки и преимущества вертикальной интеграции

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №5**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Альтернативные цели фирмы: цели управляющих.

2. Формы вертикального контроля

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №6**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Проблема конфликта интересов собственников и управляющих.

2. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №7**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Классификация внутренних структур фирмы.

2. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №8**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Определение границ рынка.

2. Характеристики и признаки олигополистического рынка.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №9**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Определение показателя размера фирмы.

2. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Бертрана.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №10**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Показатели концентрации продавцов на рынке: индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс энтропии.

2. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Курно.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №11**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Показатели концентрации продавцов на рынке: индекс Джини, индекс Лернера, коэффициент Бэйна, коэффициент Тобина.

2. Модель некооперативного взаимодействия крупных фирм Штакельберга.

Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха 

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №12**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка и их роль в формировании отраслевой структуры.

2. Кооперативные модели поведения олигополистов.

Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №13**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Максимизация прибыли монополии.

2. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха 

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №14**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Последствия монопольной власти.

2. Совершенная ценовая дискриминация.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха 

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №15**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Альтернативные издержки монополизации.

2. Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №16**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Х-неэффективнсоть монополии.

2. Ценовая дискриминация по группам потребителей.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №17**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Преимущества доминирующей фирмы в ценах.

2. Связанные продажи как метод ценовой дискриминации.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №18**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы.

2. Нелинейное ценообразование (принцип определения комбинаций объема покупки/цены).

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха 

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №19**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Статические модели ценообразования доминирующей фирмы.

2. Сезонное ценообразование как метод ценовой дискриминации.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха 

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №20**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы.

2. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза.

Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №21**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Грабительская модель ценообразования доминирующей фирмы.

2. Значение и цели государственной отраслевой политики.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №22**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы на отраслевых рынках.

2. Типы государственной отраслевой политики.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №23**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Понятия неполнота и асимметричность информации и причины их возникновения.

2. Понятие, причины возникновения и государственной регулирование естественных монополий.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №24**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Модель «рынка лимонов» Акерлофа.

2. Методы ценообразования на продукцию естественных монополий.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №25**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1 Решение «проблемы лимонов»: сигналы о качестве.

2. Принципы регулирования доходности естественных монополий.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №26**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Проблемы «риска недобросовестности контрагента» и «негативного отбора».

2. Внедрение конкуренции на рынок естественных монополий как способ снижения потерь общества от монопольной власти.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №27**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Ассиметричная информация о ценах.

2. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №28**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Модель Чемберлина дифференциации продукта.

2. Доминирующая зарубежная фирма на внутреннем рынке.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №29**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта.

2. Олигополия в международной торговле.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №30**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Модель «линейного города» Хотеллинга.

2. Цели и значение антимонопольной политики государства.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №31**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Модель Хотеллинга с квадратичным ростом транспортных расходов.

2. Антимонопольная политика в России.

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №32**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Модель Хотеллинга с фиксированными ценами.

2. Сущность моделей «туристы и аборигены», «ловушка для туристов».

 Составитель        \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.М.Джуха

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

К комплекту экзаменационных билетов прилагаются разработанные преподавателем и утвержденные на заседании кафедры критерии оценивания по дисциплине.

Критерии оценивания:

* оценка «отлично» выставляется, если изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно. Ответ показывает, что студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; показал всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечал на вопрос билета;
* оценка хорошо» выставляется, если изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Ответ показывает, что студент показал полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечал на вопрос билета и не допускал при этом существенных неточностей; показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности;
* оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допустившему неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;
* оценка неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; давшему ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Инновационного менеджмента и предпринимательства

**Тесты письменные**

по дисциплинеТеория организации отраслевых рынков

**1. Банк тестов по модулям и (или) темам**

Модуль 1

Тема 1.1

1.Фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, обусловленные технологическими особенностями производства, в:

а) стратегической концепции фирмы;

б) технологической концепции фирмы;

в) контрактной концепции фирмы.

2. Целью индивидуального собственника является:

а) максимизация полезности при выборе между прибылью (денежным доходом) и временем досуга;

б) максимизация темпов роста фирмы;

в) максимизация общей выручки фирмы;

г) максимизация дохода на одного занятого.

Модуль 2

Тема 2.1

3. Концентрация продавцов на рынке отражает:

а) изменение выручки при изменении цены;

б) долю объема продаж товара Х к общему объему реализации предприятий, отнесенных к отрасли Х;

в) относительную величину и количество фирм, действующих в отрасли.

Тема 2.2

4. Сумму рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке, отражает:

а) индекс Херфиндаля-Хиршмана;

б) индекс концентрации;

в) индекс Лернера;

г) индекс Джини;

д) индекс энтропии.

5. Факторами объективного и субъективного характера, из-за которых новым фирмам трудно функционировать в выбранных отраслях, являются:

а) концентрация продавцов на рынке;

б) положительная отдача от масштаба;

в) барьеры входа на рынок;

г) минимально эффективный выпуск;

д) барьеры выхода с рынка.

6. Вертикальную интеграцию относят к:

а) институциональным барьерам входа;

б) нестратегическим барьерам входа;

в) стратегическим барьерам входа.

Модуль 3

Тема 3.1

6. Степень, в которой реальные издержки производства превышают минимально возможные издержки, заданные при текущем уровне технологии – это:

а) равновесие по Нэшу;

б) Х-неэффективность монополии;

в) ценовая дискриминация;

г) трансакционные издержки.

7. Назначение доминирующей фирмой цены в отрасли ниже уровня средних издержек фирм-конкурентов отражается в:

а) динамической модели ценообразования;

б) «самоубийственной» модели ценообразования;

в) грабительской модели ценообразования;

г) статической модели ценообразования.

8. Рынок, характеризующийся тем, что вход и выход с него осуществляется без существенных затрат и тем, что время укрепления на рынке новой фирмы должно быть меньше времени ответной реакции на это старых фирм, давно действующих на данном рынке, является:

а) монопольным;

б) конкурентным;

в) олигопольным;

г) квазиконкурентным.

Модуль 4

Тема 4.1

9. Дифференциация продукта означает:

а) реализацию разнообразных товаров на различных отраслевых рынках;

в) разнообразие товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность и обладающих одними и теми же базовыми характеристиками;

г) превышение цены над предельными издержками.

10. Фирма, которая является лидером на отраслевом рынке, имеет возможность оказывать влияние на рыночную цену продукции, которую выпускает, и на функционирование на этом рынке конкурентных фирм-аутсайдеров – это:

а) диверсифицированная фирма;

б) доминирующая фирма;

в) вертикально интегрированная фирма.

Тема 4.2

11. В какой из моделей дифференциации продукта анализируется принятие решения фирмами о входе на рынок и выходе с рынка под воздействием изменения экономической прибыли, полученной в результате ценовой конкуренции:

а) Чемберлина;

б) Салопа;

в) Курно;

г) Хотеллинга;

д) Ланкастера.

Модуль 6

Тема 6.1

12. Стимулами для вертикальной интеграции являются:

а) утрата специализации;

б) усложнение процесса управления;

в) снижение трансакционных издержек;

г) ослабление воздействия государства.

Модуль 7

Тема 7.1

13. Стратегическим поведением фирмы называется:

а) поведение, при котором фирма выпускает однородную продукцию;

б) поведение, когда при выборе варианта деятельности (цены, количества и качества товара) фирма принимает во внимание возможные ответные действия конкурентов;

в) поведение, когда фирма включает более одной стадии производства конечной продукции;

г) поведение, когда фирма диверсифицирует свою деятельность.

Модуль 8

Тема 8.1

14. Совершенная ценовая дискриминация – это когда:

а) фирме удается назначить такие цены, при которых весь потребительский излишек данного рынка переходит к ней;

б) фирма вынуждена продавать весь объем выпуска по той цене, которую предлагает рынок;

в) фирма назначает разные цены на единицу товара при реализации различных количеств товара;

г) фирма снижает цены на единицу товара в течение определенного промежутка времени.

Тема 8.2

15. Суть парадокса Коуза заключается в следующем:

а) фирма способна исключить арбитраж;

б) для реализации ценовой дискриминации фирма должна использовать составной тариф;

в) фирма не знает индивидуальные функции спроса каждого типа потребителей;

г) фирма выбирает между стратегией осуществления связанных продаж и стратегией продаж каждого товара по отдельности;

д) если на рынках товаров длительного пользования покупатели ожидают проведение фирмой политики межвременной ценовой дискри­минации, они будут отказываться от приобретения товаров сегодня.

Модуль 9

Тема 9.1

16. Тип государственной отраслевой политики, предполагающий антимонопольное регулирование в сочетании со структурой и внешнеторговой протекционистской политикой, относится к:

а) защитной/пассивной;

б) наступательной/активной;

в) защитной/активной;

г) наступательной/активной.

Тема 9.2

17. Причинами возникновения естественных монополий являются:

а) недостаточная ёмкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском;

б) особенности технологии, обладающей положительной отдачей от масштаба при любом объеме выпуска, которая обеспечивает снижение долгосрочных средних издержек с ростом выпуска (экономию от масштаба);

в) низкие инвестиционные затраты, связанные с входом в отрасль;

г) заключение картельного соглашения между фирмами, действующими на рынке.

18. Принципом установления цены Рамсея («социально справедливой» цены) для однопродуктового монополиста является:

а) максимизация потребительского излишка при условии безубыточности деятельности естественной монополии;

б) субсидирование со стороны государства;

г) максимизация потребительского выигрыша за вычетом затрат на производство продукции, причем так, чтобы естественная монополия не несла убытков;

д) максимизация общественного благосостояния, а также создание заинтересованности у производителей в создании производственных мощностей, достаточных для удовлетворения «пикового» объема спроса.

Тема 9.3

19. Целями антимонопольной политики являются:

а) обеспечение эффективности производства и распределения ресурсов в экономике;

б) защита внутреннего рынка от зарубежных фирм-конкурентов;

в) помощь одним группам экономических агентов за счет других;

г) борьба с отрицательными внешними эффектами.

Модуль 5

Тема 5.2

20. «Рынок лимонов» Акерлофа представляет собой:

а) рынок товаров, качество которых возможно определить до потребления;

б) рынок товаров, качество которых можно определить во время потребления;

в) рынок товаров, качество которых трудно опередить;

г) рынок дифференцированных товаров.

**2. Инструкция по выполнению.** Выберите один правильный ответ

**3. Критерии оценки:**

* оценка «отлично» выставляется студенту, если студент ответил правильно на 100-85% заданий теста;
* оценка хорошо», если студент ответил на 84-69 % заданий;
* оценка «удовлетворительно», если студент ответил на 68-50% заданий;
* оценка неудовлетворительно», если студент ответил менее, чем на 50 % заданий.

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

(подпись)

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

**Оформление комплекта заданий для контрольной работы**

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра *Инновационного менеджмента и предпринимательства*

**Комплект заданий для контрольной работы**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

**Модуль 1**

**Вариант 1**

Задание 1

1. Каковы основные признаки фирмы? Направления трансформации природы фирмы в современной практике
2. Что показывает технологический подход к фирме? В каких случаях он может использоваться? В чём суть синергии затрат?

Задание 2

1. Дайте характеристику понятия «эффект масштаба».

2. Почему фирмы могут преследовать разные цели? Каково место прибыли в иерархии целей фирмы?

**Вариант 2**

Задание 1

1. Цели индивидуального собственника фирмы.
2. Цели управляющих. Суть конфликта интересов собственников и управляющих, способы его смягчения.

Задание 2

1. Сущность контрактной концепции фирмы и область её применения.

2. Стратегический подход к оценке деятельности фирмы.

**Модуль 3**

**Вариант 1**

Задание 1

* + - 1. Источники рыночной власти фирмы.
      2. Дайте характеристику источников рыночной власти фирмы.

Задание 2

1. Охарактеризуйте подходы к оценке рыночной власти фирмы.

2. Отличия стратегических барьеров входа фирм на рынок от нестратегических.

**Вариант 2**

Задание 1

1.Показатели рыночной власти фирмы: коэффициенты Бейна, Лернера, Тобина, Папандреу.

2.Назовите причины возникновения и существования монополии.

3. Чем объясняется наличие монопольной власти на рынке.

Задание 2

1.Принципиальные характеристики монопольной структуры рынка. Виды монополий.

2.Охарактеризуйте основные отличия между классической и естественной монополией.

3.Раскройте сущность последствий монопольной власти.

**Модуль 4**

**Вариант 1**

Приведите характеристику доминирующей фирмы.

Каковы причины возникновения доминирования фирмы на рынке?

**Вариант 2**

1. Приведите примеры компаний, которые являются отраслевыми лидерами.

2. На чем основано их доминирующее положение?

**Модуль 5**

**Вариант 1**

Задание 1

1. Проблемы ограниченности информации, причины её возникновения.

2. Каковы последствия для рынка ограниченности у покупателей информации о качестве товара?

Задание 2

1. Назовите возможные источники получения достоверной информации.

2. Раскройте сущность теории сигналов.

**Вариант 2**

Задание 1

1.Последствия для рынка ограниченности у покупателей информации о цене товара.

2. Дайте характеристику моделям «ловушка для туристов» и «туристы - аборигены».

Задание 2

1. Как воздействует доступ и получение покупателями информации о цене на рыночные цены.

2. Информационная роль рекламы.

**Критерии оценки:**

оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

оценка «хорошо», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

оценка «удовлетворительно», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

оценка «неудовлетворительно», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

(подпись)

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

**Оформление тем для рефератов**

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра *Инновационного менеджмента и предпринимательства*

**Темы рефератов**

по дисциплине*Теория отраслевых рынков*

1. Подходы к изучению организации отраслевых рынков в мировой экономической науке.

2. Основные концепции фирмы в теории организации рынков.

3. Альтернативные цели фирм в теории организации отраслевых рынков.

4. Показатели концентрации продавцов на отраслевых рынках.

5. Барьеры входа на отраслевой рынок и выхода с отраслевого рынка.

6. Показатели монопольной власти на отраслевых рынках.

7. Последствия влияния монопольной власти на отраслевых рынках.

8. Доминирующая фирма и ее значение на отраслевых рынках.

9. Фирма как организация и субъект отраслевых рынков.

10. Особенности функционирования квазиконкурентных рынков.

11. Информация как одна из причин снижения интенсивности конкуренции на отраслевых рынках.

12. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта.

13. Роль рекламы как инструмента повышения прибыли на рынке дифференцированного продукта.

14. Вертикальная интеграция как особая форма взаимоотношений между производителями и продавцами на отраслевых рынках.

15. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами. Формы вертикального контроля

16. Особенности некооперативных стратегий поведения фирм на отраслевых рынках.

17. Кооперативные модели взаимодействия крупных фирм на отраслевых рынках.

19. Мотивы и методы ценовой дискриминации в различных отраслях.

20. Необходимость и задачи государственного регулирования отраслевых рынков. Типы государственной отраслевой политики.

21. Государственное регулирование естественных монополий.

22. Антимонопольная политика как одно из направлений государственного регулирования отраслевых рыночных структур.

23. Основные характеристики антимонопольной политики в России.

24. Конкурентные отраслевые рынки и их эффективность.

25. Структура отраслевых рынков и факторы ее определяющие.

26. Характеристика основных отраслевых рыночных структур.

27. Информационные проблемы функционирования рыночных структур.

28. Влияние отраслевой структуры на результаты деятельности фирм.

29. Мотивы и эффективность слияний и поглощений фирм.

30. Государственная политика по отношению к отраслям.

31. Оценка эффективности антимонопольной, внешнеторговой, инновационной и инвестиционной политики государства.

**Критерии оценки:**

оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

оценка «хорошо», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

оценка «удовлетворительно», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

оценка «неудовлетворительно», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Н. Михненко

(подпись)

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20     г.

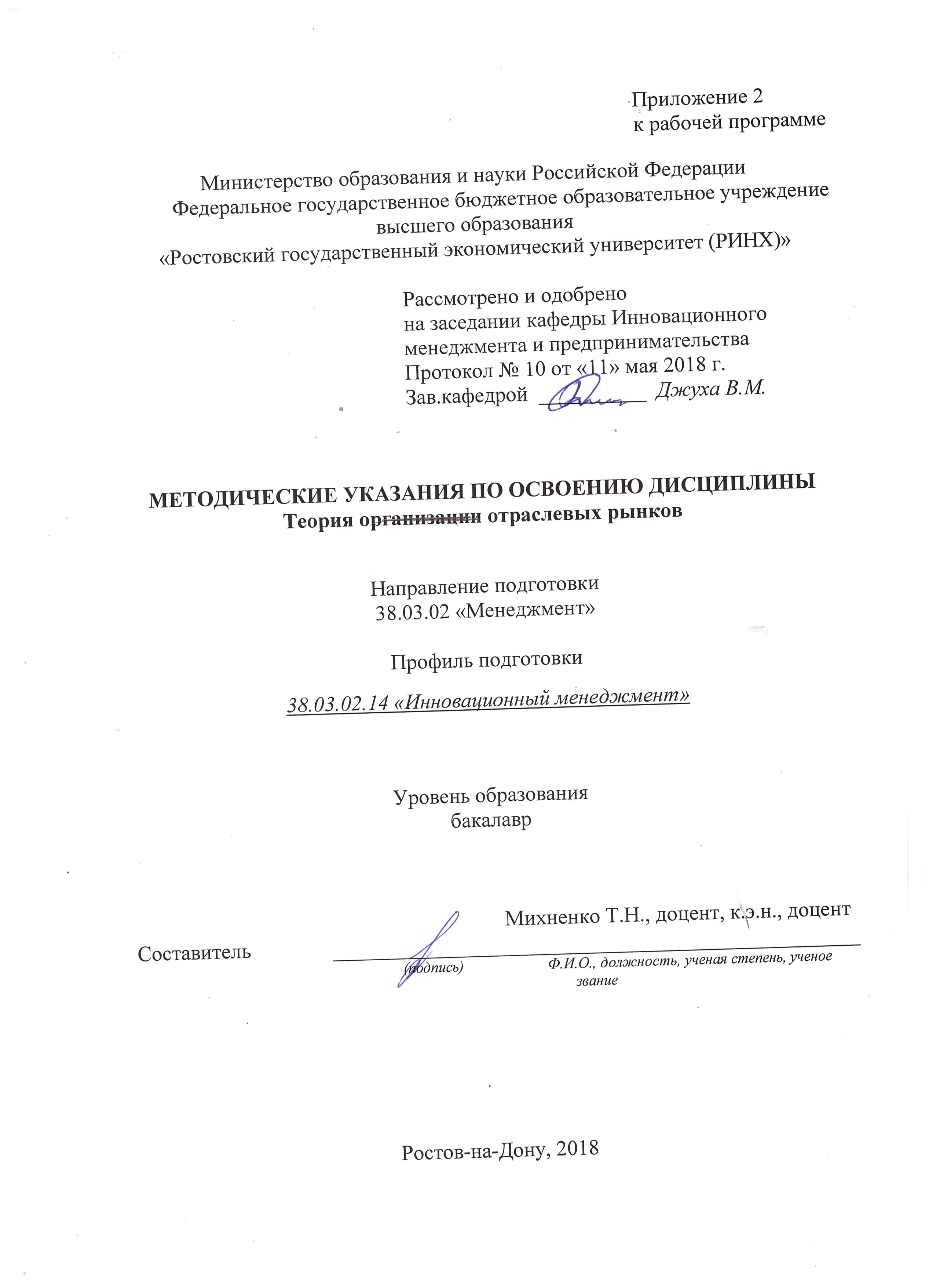
**4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 3 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме экзамена сдачи контрольной работы (для заочной формы обучения).

Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.



Методические указания по освоению дисциплины «Теория отраслевых рынков» адресованы студентам всех форм обучения.

Учебным планом по направлению подготовки «Менеджмент» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;

- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются вопросы функционирования отраслевых рынков, особенности поведения фирм в различных отраслевых структурах, варианты государственной отраслевой политики, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки принятия экономических решений для разных типов рыночных структур.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– изучить конспекты лекций;

– подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

–письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности: интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа <http://library.rsue.ru/> . Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.