

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Документ подписан: 03.04.2024 14:13:57
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины
Экономика отраслевых рынков**

Направление 38.04.01 Экономика
магистерская программа 38.04.01.03 "Администрирование экономики города и региона"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Экономика региона, отраслей и предприятий**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	8	8	8	8
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная работа	18	18	18	18
Сам. работа	86	86	86	86
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Цой Р. А.

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Боев В. Ю.

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Ниворожкина Л. И.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- | | |
|-----|--|
| 1.1 | Формирование системы знаний, умений и навыков аналитического исследования рыночных структур и разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках |
|-----|--|

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2:Способен разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

ПК-4:Способен самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
Теоретические основы принятия управленческих решений для фирмы работающей на отраслевых рынках;(соотнесено с индикатором ПК-2.1) Закономерности функционирования отраслевых рынков(соотнесено с индикатором ПК-4.1)
Уметь:
формировать прогнозы развития отраслевых рынков;(соотнесено с индикатором ПК-2.2) готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики (соотнесено с индикатором ПК-4.2)
Владеть:
навыками разработки стратегии поведения экономических агентов на отраслевых рынках на основе критериев социально-экономической эффективности;(соотнесено с индикатором ПК-2.3) навыками разработки проектных решений с учетом фактора неопределенности и оценки эффективности функционирования отраслевых рынков, фирм, а также мер государственной отраслевой политики(соотнесено с индикатором ПК-4.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ СТРУКТУРЫ РЫНКА				
1.1	Тема 1. Элементы структуры рынка Понятие о внутренней структуре рынка. Показатели концентрации. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка. Вертикальная интеграция. Диверсификация деятельности фирм. Иностранная конкуренция. Институциональные барьеры. Показатели монопольной власти /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.2	Тема 1. Элементы структуры рынка Решение задач в LibreOffice /Пр/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.3	Тема 2. Слияние фирм как определяющий фактор структуры рынка Классификация и анализ слияний и поглощений. Некоторые аспекты теории мотивов слияния и поглощения фирм. Изменение формы контроля интересов корпорации. Классификация и анализ основных методов слияний и поглощений. Эмпирические данные о слияниях /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	Тема 2. Слияние фирм как определяющий фактор структуры рынка Решение задач в LibreOffice /Пр/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.5	Тема 3. Экономически эффективный масштаб производства Положения концепции экономически обоснованного масштаба производства. Технология производства. Сравнение технического и финансового выигрыша. Экономически эффективный и экономически неэффективный масштабы производства. Источники эффектов масштаба производства: Физические законы, реализуемые в технологии; Менеджмент; Влияние транспортных издержек; Эффект обучения; Вертикальная интеграция. /Ср/	1	10	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.6	Тема 4. Вертикальная интеграция и ограничения Определение и измерение интеграции. Причины вертикальной интеграции. Вертикальное слияние. Вертикальные ограничения. Диверсификация в системе вертикальных ограничений /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.7	Тема 5 Влияние крупного бизнеса Большие корпорации и конгломераты, индексы их размера. Власть. Контроль и собственность. X-эффективность и эффективные масштабы производства. Стабильность и планирование . Условия работы внутри фирмы. Политическая власть /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Раздел 2. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ					
2.1	Тема 6. Олигополистические рынки однородных продуктов Модель Курно. Модель олигополии Штакельберга. Модель олигополии Бертрана. Модель доминирующей фирмы Форхаймера 2 /Пр/	1	4	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.2	Тема 7. Рынки неоднородных продуктов Дифференциация продукции. Модель Бертрана для случая дифференцированной продукции. Монополистическая конкуренция. Пространственные (адресные) модели: Модель линейного города (модель Хотеллинга); Модель кругового города Салопа; Модель Ланкастера; Модель вертикальной дифференциации продукции Саттона /Пр/	1	2	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.3	Тема 8. Исследования, разработки и технологические нововведения в отраслях Некоторые проблемы теории технологической инноватики. Исследования, разработки и технологические инновации в России. Значение технологических инноваций для экономического развития и укрепления национальной безопасности. Принципы ограниченности рыночных механизмов. Основные функции государства в инновационной сфере. Методы государственного регулирования инновационных механизмов. Международное регулирование инновационных процессов. /Ср/	1	8	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.4	Тема 9. Роль рекламы на отраслевых рынках Решение задач в LibreOffice /Ср/	1	8	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.5	Решение кейсов и типовых задач в LibreOffice /Ср/	1	60	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.6	/Зачёт/	1	4	ПК-2 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**5.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Рой Л., Третьяк В.	Анализ отраслевых рынков: учебник	Москва: ИНФРА-М, 2008	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=316967 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Самсонова, М. В., Белякова, Е. А.	Экономика отраслевых рынков: практикум	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015	http://www.iprbookshop.ru/33670.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Федорова, А. Ю., Смирнов, С. Б.	Экономика отраслевых рынков: учебное пособие	Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2016	http://www.iprbookshop.ru/65374.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	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/index.php?page=book&id=330589 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Кондратов, М. В., Гарипов, Р. И.	Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019	http://www.iprbookshop.ru/81499.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3		ЭКО: ЭКОномика и организация промышленного производства: журнал	Новосибирск: СО РАН, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563195 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4		Российский экономический журнал: журнал	Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600687 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "Консультант +"

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.ru/>Система профессионального анализа рынков и компаний Спарк-Интерфакс - <http://www.spark-interfax.ru/>ЦЕНТР РАСКРЫТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ - <http://www.e-disclosure.ru/>**5.4. Перечень программного обеспечения**

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы;

- стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор;

- экран / интерактивная доска.

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

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Экономика отраслевых рынков

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
<i>ПК-2: Способен разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности</i>			
ЗНАТЬ Теоретические основы принятия управленческих решений для фирмы работающей на отраслевых рынках;	Описание модели стратегического поведения агентов на отраслевых рынках в ответах на вопросы теста, к зачету и вопросы дискуссии	Соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	Тест (1-35) Дискуссия (1-7) Вопросы к зачету (1-28)
УМЕТЬ формировать прогнозы развития отраслевых рынков;	Формирование прогноза развития отраслевого рынка в решении кейсов, типовых задач и участие в деловой игре	Правильность выбора методики решения задачи; обоснованность прогноза развития отраслевых рынков	Кейс (1-10) Типовые задачи (1-5) Деловая игра
ВЛАДЕТЬ навыками разработки стратегии поведения экономических агентов на отраслевых рынках на основе критериев социально-экономической эффективности	Разработка стратегии поведения экономических агентов на отраслевых рынках в решении кейсов, типовых задач и участие в деловой игре	Аргументированность выводов и обоснованность рекомендаций по решению проблемы	Кейс (1-10) Типовые задачи (1-5) Деловая игра
<i>ПК-4: Способен самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ</i>			
ЗНАТЬ закономерности функционирования отраслевых рынков;	Описание закономерности функционирования отраслевых рынков; охарактеризованы методы экономического анализа, микро- и макроэкономические основы рыночного ценообразования в ответах на вопросы теста, к зачету и вопросы дискуссии	Соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	Тест (1-35) Дискуссия (1-7) Вопросы к зачету (1-28)
УМЕТЬ готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики	Подготовка аналитических материалов в решении ситуационных заданий, типовых задач и участие в деловой игре	Обоснованность выбора методики решения задачи; Полнота и содержательность решений;	Кейс (1-10) Типовые задачи (1-5) Деловая игра
ВЛАДЕТЬ навыками разработки проектных	Оценка эффективности функционирования отраслевых	Аргументированность выводов и	Кейс (1-10) Типовые задачи (1-5)

решений с учетом фактора неопределенности и оценки эффективности функционирования отраслевых рынков, фирм, а также мер государственной отраслевой политики	рынков, фирм, а также мер государственной отраслевой политики в решении ситуационных заданий, типовых задач и участие в деловой игре	обоснованность рекомендаций по решению проблемы	Деловая игра
--	--	---	--------------

1. Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в 100-балльной шкале.

50-100 баллов – «зачет»;

0-49 баллов – «незачет».

2. 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

Вопросы к зачету

1. Подходы к анализу отраслевых рынков. Гарвардская парадигма.
2. Рынок и отрасль: понятие, границы, классификация.
3. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка.
4. Концентрация: понятие, условия, уровни и факторы. Показатели концентрации фирм на отраслевом рынке
5. Рыночная власть фирмы на отраслевом рынке. Показатели рыночной власти.
6. Барьеры входа-выхода и структура отраслевого рынка. Нестратегические барьеры входа. Стратегические барьеры входа фирм на отраслевой рынок.
7. Динамика рынков. Барьеры выхода.
8. Рынок монополистической конкуренции. Модель Чемберлина.
9. Модели пространственной дифференциации продукта. Модель Хотеллинга.
10. Модели пространственной дифференциации продукта. Модель Салопа.
11. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.
12. Модель Ланкастера.
13. Реклама в условиях монополии – модель Дорфмана-Штайнера.
14. Реклама в условиях олигополии – модель Дорфмана-Штайнера.
15. Классификация некооперативных стратегий поведения фирм на отраслевом рынке. Модель Курно.
16. Модель Штакельберга
17. Модель Бертрана с однородным продуктом.
18. Ценовое лидерство в модели Форхаймера. Открытый и закрытый рынок.
19. Модель картеля. Условия стабильности картеля.
20. Особенности рынка с естественной монополией. Виды естественных монополий. Методы регулирования естественных монополий
21. Последствия монопольной власти на отраслевом рынке: аллокативная и производственная неэффективность.
22. Подходы к оценке «мертвого груза» монополий. Х-неэффективность монополии и Х-эффективность монополии
23. Виды слияний и поглощений компаний. Исторические волны слияний.
24. Ценовая дискриминация на отраслевых рынках и характеристика степеней ценовой дискриминации по Пигу. Совершенная ценовая дискриминация.
25. Вертикальная интеграция в России.
26. Диверсификация производства: типы и мотивы. Измерение степени диверсификации фирмы.
27. Антимонопольная политика государства в России, США, странах ЕС.
28. Промышленная политика: содержание и направления развития.

Зачетное задание включает 1 теоретический вопрос из представленного перечня и 1 задачу из подраздела «Типовые задачи»

Критерии оценки:

50 -100 баллов (зачет) – наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

0-49 баллов (незачет) – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы

Тесты

1. Чем принято определять процессы развития рынка в парадигме «структура – поведение – результат»?

- а) специфическими условиями производства и потребления товара;
- б) макроэкономическими условиями развития рынка;
- в) изменением конъюнктуры рынка;
- г) всей вышеперечисленной совокупностью.

2. Выберите основу монопольных явлений на рынке:

- а) высокие барьеры входа на рынок;
- б) ограниченное количество производителей;
- в) ограниченное количество покупателей.

3. Возможно ли принятие показателя эластичности отрицательного значения?

- а) да;
- б) нет.

4. Главное назначение методов и моделей анализа товарного рынка будет подготовка:

- а) инвестиционных решений;
- б) политических решений;
- в) кадровых решений.

5. Концепцию жизненного цикла основали на гипотезе о наличии универсальных для продуктов и технологий определенных стадий развития, определяющих ситуацию в отрасли. Выберите верную последовательность:

- а) зарождение, ускорение роста, замедление роста, затухание;
- б) зарождение, ускорение роста, зрелость, замедление роста, затухание;
- в) зарождение, зрелость, замедление роста, затухание;
- г) зарождение, ускорение роста, зрелость, замедление роста, кризис, затухание.

6. Как обозначают объединение компаний разных отраслей, связанных технологическим процессом производства готового продукта?

- а) горизонтальное слияние;
- б) вертикальная интеграция;
- в) формирование цепочки накопления стоимости.

7. Выберите стадию жизненного цикла товара, когда рынок характеризуют наиболее высокими затратами на выход (барьерами выхода):

- а) зарождение;
- б) ускорение роста;
- в) зрелость;
- г) замедление роста;
- д) затухание.

8. Возможен ли контроль компанией монополистом рынка, лишённого барьеров входа и выхода?

- а) да;
- б) да, но только не более 1 года;
- в) нет.

9. Чем явятся скидки на товары, опираясь на Чикагскую парадигму в теории отраслевых рынков?

- а) стимулированием рынка;
- б) дискриминацией на рынке;
- в) несущественным фактором развития рынка.

10. Экономика отраслевых рынков может определяться как наука:

- а) об особенностях организации отраслевых рынков;
- б) об особенностях экономических последствий функционирования отраслевых рынков;
- в) об особенностях стратегического поведения производителей в условиях несовершенной конкуренции;
- г) все ответы верны.

11. Вопросы, которые рассматривают в экономике отраслевых рынков, будут являться в то же время предметом:

- а) микроэкономической теории;
- б) макроэкономической теории;
- в) экономики предприятия;

[-] г) менеджмента.

12. Теория фирмы подразумевает выделение трех основных направлений:

- [-] а) классические, неоклассические и альтернативные концепции;
- [-] б) модель Боумоля, модель Уильямсона и модель самоуправляемого предприятия;
- [+] в) неоклассическая, контрактная, институциональная;
- [-] г) неоклассическая, институциональная и стратегическая концепции.

13. Субъектами отраслевого рынка являются:

- [-] а) домохозяйства, рынок;
- [+] б) бизнес (предприятия), домохозяйства, государство;
- [-] в) государство.

14. Что такое отрасль?

- [-] а) совокупность предприятий, утвержденных законодательно;
- [-] б) совокупность экономических условий, при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок;
- [+] в) совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии.

15. Что покажет рыночная концентрация продавцов товара?

- [-] а) удельный вес крупных фирм, доминирующих на данном рынке;
- [-] б) удельный вес крупных фирм в отрасли, доминирующих по объему выпуска продукции и соответственно по объему продаж на рынке;
- [+] в) оба ответа верны.

16. Чем будет являться существование одного продавца на рынке, и будут отсутствовать близкие продукты заменителей товара?

- [+] а) монополией;
- [-] б) олигополией;
- [-] в) монополистической конкуренцией.

17. Как называется цена, которая будет быстро меняться в условиях изменения спроса и предложения?

- [-] а) монопольная цена;
- [-] б) равновесная цена;
- [+] в) эластичная цена.

18. Отличие фирмы от других хозяйствующих субъектов:

- [+] а) фирма представляет собой крупную организационно оформленную единицу, является самостоятельной юридически не зависимым экономическим агентом;
- [-] б) фирма является исключительно потребителем ресурсов;
- [-] в) обыкновенные хозяйствующие субъекты принадлежат юридическим лицам, а фирма может быть только государственной.

19. Для чего фирма закупает ресурсы:

- [+] а) для производства товаров и услуг;
- [-] б) для их потребления;
- [-] в) для увеличения своего удельного веса.

20. Что такое горизонтальная граница?

- [-] а) горизонт;
- [+] б) объем выпуска одного продукта в рамках одной фирмы;
- [-] в) объем потребления продуктов в рамках региона;
- [-] г) объем выпуска трех продуктов в рамках одной фирмы.

21. Чем определяют горизонтальный размер фирмы?

- [+] а) положительным эффектом масштаба;
- [-] б) отрицательным эффектом масштаба;
- [-] в) отсутствием дефицита на рынке товара;
- [-] г) потреблением продукта за определенный промежуток времени.

22. Что такое стратегия фирмы?

- [+] а) сознательное поведение фирмы в краткосрочных и долгосрочных периодах;
- [-] б) несознательное поведение фирмы в краткосрочных и долгосрочных периодах;
- [-] в) объем выпуска трех продуктов в рамках одной фирмы.

23. По какому из представленных критериев оценивают размер фирмы?

- [-] а) числу занятых, объему продаж;
- [-] б) объему капитала, низким затратам;

- [-] в) величине активов, объему продаж;
[+] г) а и в.

24. На какие составляющие подразделяют фирму по форме собственности?

- [+] а) частные, государственные, смешанные;
[-] б) крупные, средние, малые;
[-] в) ООО, ЗАО, ОАО.

25. В каком случае издержки будут субаддитивными?

- [+] а) если они меньше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм;
[-] б) если они меньше при выпуске определенного товара определенной фирмой;
[-] в) если они больше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках одной фирмы;
[-] г) если они меньше при совместном выпуске одного товара, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм.

30. На что подразделяют фирму по акционерно-правовой форме?

- [-] а) частные, государственные, смешанные;
[-] б) крупные, средние, малые;
[+] в) ООО, ЗАО, ОАО.

31. Что такое линейная последовательность управления?

- [+] а) последовательность управления всеми стадиями производственного процесса до сбыта;
[-] б) последовательность управления, разделяющая производственный процесс по отдельным функциям;
[-] в) последовательность управления, при которой внутри фирмы осуществляется одновременно управление по функциям производства и продуктам.

32. Что такое функциональная форма последовательности управления?

- [-] а) последовательность управления всеми стадиями производственного процесса до сбыта;
[+] б) последовательность управления, разделяющая производственный процесс по отдельным функциям;
[-] в) последовательность управления, при которой внутри фирмы осуществляется одновременно управление по функциям производства и продуктам.

33. Что такое штабная форма последовательности управления?

- [-] а) последовательность управления всеми стадиями производственного процесса до сбыта;
[-] б) последовательность управления, разделяющая производственный процесс по отдельным функциям;
[+] в) последовательность управления, при которой внутри фирмы осуществляется одновременно управление по функциям производства и продуктам.

34. Что такое холдинг?

- [+] а) объединение крупных предприятий отрасли с крупными банками, финансовыми фирмами с единым совместным руководством и политикой фирмы;
[-] б) объединение малых предприятий отрасли с малыми банками, финансовыми фирмами с единым совместным руководством и политикой фирмы;
[-] в) объединение крупных предприятий отрасли с крупными банками, финансовыми фирмами с различным руководством и различной политикой фирмы.

35. Что такое франчайзинг?

- [+] а) сделка, при которой один экономический объект предоставляет другому экономическому объекту права действовать на рынке от его имени и часто под его именем;
[-] б) объект договора франчайзинга - комплекс благ, состоящий из прав пользования брендом и бизнес-моделью франчайзера, а также иных благ, необходимых для создания и ведения бизнеса;
[-] в) интеллектуальная собственность, состоящая из персонажей вымышленной вселенной и прочего, какого-либо оригинального медийного произведения, такие как фильмы, книги, телепрограммы или видеоигры;
[-] г) одна из сторон коммерческой концессии, в которой франчайзер передает за плату право на определенный вид бизнеса.

Ключи к тестам: правильные ответы помечены знаком [+]

Критерии оценки: максимум 30 баллов

0 .. 49,99 %	правильных ответов	- 0-14 баллов
50 .. 66,99 %	правильных ответов	- 15-20 баллов
67 .. 83,99 %	правильных ответов	- 21-25 баллов
84 .. 100 %	правильных ответов	- 26-30 баллов

Деловая игра

1 Тема Поведение фирмы на олигополистическом рынке

2. Концепция игры

- Участники делятся на две группы: покупатели и продавцы. Последние объединяются в группы по три человека и образуют три фирмы, которые производят одинаковую продукцию.
- Участникам игры раздаются или зачитываются инструкции.

Инструкция для продавцов (представителей фирмы)

Вы являетесь представителем одной из трех фирм, выпускающих продукцию.

Ваша фирма выпускает 20 единиц продукции за определенный период времени. Количество товара, которое вам удастся продать, зависит не только от цены, установленной вами на свою продукцию, но и от цен, установленных двумя другими фирмами – конкурентами.

При объеме выпуска 20 единиц продукции затраты на производство одной единицы составляют 2 у.е., таким образом, общие затраты фирмы составят: $2 \cdot 20 = 40$ у.е..

Вы можете установить либо высокую цену на свою продукцию (5 у.е.), либо низкую (3 у.е.), но никаких других цен устанавливать нельзя. В течение периода вы не имеете права изменять цену.

Прибыль на единицу проданной продукции составляет:

P (прибыль) = цена единицы продукции – затраты единицы продукции.

При цене $P = 3$ у.е./ед. прибыль на единицу продукции составит: $P = 3 - 2 = 1$ у.е..

При цене $P = 5$ у.е./ед. $\rightarrow P = 5 - 2 = 3$ у.е.;

Общая прибыль при продаже продукции составляет:

Общая прибыль = общая выручка – общие затраты = цена за единицу \cdot количество проданного товара – 40 = $P \cdot Q - 40$ у.е..

Обратите внимание, что при цене 3 у.е./ед. покупатели купят большее количество продукции, и общая прибыль может оказаться больше, чем при цене 5 у.е./ед.

Для того, чтобы получить максимальную прибыль, вы должны использовать методы как ценовой, так и неценовой конкуренции (рекламу, личные связи и др.).

Выигрывает фирма, получившая максимальную прибыль в течение всех четырех периодов игры.

Инструкция для покупателей

Вы – покупатель и получаете 15 у.е.. Вам требуется потратить всю сумму за один период. Среди покупателей выигрывает тот, кто приобрел наибольшее количество продукции.

1. В начале каждого периода фирма назначает цену на свою продукцию (3 у.е./ед. или 5 у.е./ед.). В течение периода фирма не может изменить назначенную цену.

2. Сначала проводится 4 периода игры по 5 мин. Каждый (всего вместе с обсуждением – 40 мин). После каждого периода происходит обсуждение результатов с целью прогнозирования цен на следующий период.

3. Для того, чтобы варианты цен, назначенных тремя фирмами в предыдущих периодах, не повторялись, преподаватель может проигрывать те варианты, которых еще не было в игре.

4. Затем по желанию преподавателя покупатели и продавцы меняются местами, и игра продолжается еще 40 минут. В течение второй половины игры фирмами назначают цены самостоятельно.

5. Общее время проведения игры – 1,5 часа.

6. Для игры необходимы карточки-деньги (всего 150 у.е. по 1, 3, 5 у.е.) и 60 карточек, символизирующих товар.

3 Роли:

- продавцы;

- покупатели;

4 Ожидаемый результат

Игра помогает студентам освоить основные характеристики олигополистического типа рынка, демонстрирует характерную особенность олигополии – зависимость поведения каждой фирмы от реакции и поведения конкурентов.

5 Программа проведения

3. Результаты игры отражаются в таблице учета результатов, и после каждого периода проводится анализ.

4. Приведем пример обсуждения данных, полученных в ходе игры, на примере таблицы учета результатов, приведенной в комплексе пособий к игре.

Первый раунд.

Все фирмы назначили одинаковую максимальную цену – 5 у.е./ед.

Обсудить с участниками игры, почему фирмы получили разную прибыль. Чем можно объяснить, что фирмы продали разное количество продукции (неценовая конкуренция). Попросить участников привести примеры методов неценовой конкуренции, которые они использовали в игре (методы продаж, личный круг клиентов, реклама).

Второй раунд.

1-я и 3-я фирмы назначили цену 5 у.е./ед., 2-я фирма – 3 у.е./ед.

Проанализировать, почему 2-я фирма получила наибольшую прибыль (ценовая конкуренция), почему 1- и 3-я фирмы, назначившие одинаковую цену, продали разное количество продукции (неценовая конкуренция).

Третий раунд.

3-я фирма назначили цену 5 у.е./ед., 1-я и 2-я фирма – 3 у.е./ед.

Проанализировать, почему 3-я фирма понесла убыток (ценовая конкуренция).

Объяснить участникам игры, что такая ситуация на рынке может быть примером тайного сговора между олигополистами. Попросить учащихся рассказать, какие еще существуют модели поведения конкурентов на олигополистическом рынке.

Попросить представителей фирм рассказать, какие методы конкурентной борьбы они использовали в 3-м раунде.

5. После окончания игры обсуждается: отличие игры от реальной жизни (фирмы могут производить дифференцированную продукцию; доступ к информации о затратах и проведении конкурирующих фирм часто является закрытым, тогда как в игре действия фирм обсуждались).

6. Приведите примеры рынков, соответствующих олигополии, (например, рынки однородной продукции: сырьё и полуфабрикатов: руды, нефти, стали, цемента; рынки потребительских товаров: автомобили).

Таблица учета результатов

Показатели	Фирмы		
	1	2	3
Цена (P, у.е./ед.)			
1.			
2.			
3.			
Объем производства(ед.)	20	20	20
Затраты на ед. продукции (у.е./ед.)	2	2	2
Общие затраты (у.е.)	40	40	40
Количество проданной продукции (Q,ед.)			
1.			
2.			
3.			
Общая выручка(P * Q, у.е.)			
1.			
2.			
3.			
Прибыль = общая выручка – общие затраты			
1.			
2.			
3.			

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ	БАЛЛЫ
1. Рассмотрение всего перечня способов решения задачи, их детальный анализ	0-5 балла
2. Логическое обоснование применения того или иного способа решения задачи	0-5 балла
3. Степень достижения поставленных перед игроком задач	0-5 балла
4. Эффективность разработанных предложений	0-5 балла
ИТОГО	20 БАЛЛОВ

Кейсы

Кейс 1.

Предположим, что наряду с наступательной стратегией имеются способное и деятельное руководство, творческий коллектив, ресурсы, удачно избранная исходная идея, хорошо функционирующая инновационная система. Первой стратегической проблемой, с которой сталкивается руководство на практике – это выбор альтернативы стратегии развития. Какой способ развития будет для фирмы наиболее дешевым и быстрым: собственная разработка нового товара или покупка лицензии?

Ответ:

В данной ситуации для фирмы наиболее дешевым и быстрым способом развития будет покупка лицензии. Этот выбор позволит аккумулировать деятельность руководства, эффективно использовать творческий потенциал коллектива, сэкономить ресурсы и направить их на решение других стратегических задач, сосредоточить усилия на функционировании инновационной системы.

Кейс 2.

В хозяйственный портфель компании входит набор хозяйственных подразделений, включающих по несколько «звезд», «трудных детей», «дойных коров» и «собак». Определите стратегические возможности компании в отношении каждого из четырех типов стратегической единицы бизнеса

Ответ:

«Звезды» обеспечат высокую долю рынка, а значит и высокую прибыль, хотя они требуют и высоких затрат, но обеспечивают высокую и стабильную прибыль. «Трудные дети» требуют больших вложений, прежде чем превратятся в «звезд». «Собаки» требуют большого внимания, и прибыли не приносят. Проводя анализ портфеля продукции, можно увидеть насколько он сбалансирован и принять решение о капиталовложениях в каждую группу товаров.

Кейс 3.

Периодически нововведения в различных областях управления являются основой процветанию любой компании. Вместе с тем, нередко менеджеру приходится сталкиваться с сопротивлением переменам. Какие, по вашему мнению, действия может предпринять менеджер, чтобы преодолеть такое противодействие инновациям?

Ответ:

Следует уделить особое внимание стратегии управления персоналом. Необходимо сократить число уровней в организационной структуре, пересмотреть систему стимулирования, продумать и организовать обучение и переобучение работников, их продвижение по карьерной лестнице, разработать мероприятия по укреплению корпоративной культуры.

Кейс 4.

Фирма, выпускающая лаки для дерева и фирма производящая компоненты для получения лака для дерева решили добровольно объединиться. При этом они остаются в той же отрасли, что и раньше. Определите тип стратегии достижения конкурентных преимуществ фирм в отрасли.

Ответ:

Стратегия синергизма. Она предполагает получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или более видов производств, основанных на использовании одинаковых технологий, ресурсов, рыночной инфраструктуры. Синергизм позволяет получить более высокую рентабельность производства. Рыночными условиями такой стратегии является совместное владение ресурсами и сферами деятельности либо добровольное объединение для их использования. Хозяйственная практика показывает, что эффект совместной деятельности всегда выше, чем тот, который дает простое сложение потенциалов благодаря сотрудничеству и взаимодополнению.

Кейс 5.

Менеджмент фирмы, занимающейся фермерским хозяйством решил выбрать для своего развития стратегию преимущества в издержках, которая направлена на достижение конкурентных преимуществ за счет низких затрат на некоторые важные элементы товаров и соответственно более низкой себестоимости продукции. Опишите необходимые условия для реализации этой стратегии и преимущества для фирмы. Сделайте вывод: правильное ли решение выбрал менеджмент фирмы при российской действительности развития рынка?

Ответ:

Необходимыми условиями для реализации этой стратегии являются следующие:

- 1. Спрос на товары высокоэластичен по цене;*
- 2. Преобладает ценовая конкуренция;*
- 3. Продукция стандартизирована, покупатель может приобрести ее у разных продавцов;*
- 4. Различия в товарных марках мало значимы для покупателей;*
- 5. Организация имеет доступ к источникам дешевого сырья, рабочей силы, энергоресурсов.*

Следование этой стратегии создает для хозяйствующих субъектов целый ряд преимуществ по сравнению с конкурентами: возможность получать дополнительную прибыль; обеспечение условий для победы в борьбе за рынки; создание барьеров для вхождения в отрасль; невозможность конкуренции товаров заменителей.

На российском рынке преимущество в издержках по сравнению с импортными товарами сформировалось автоматически за счет низкого курса рубля по отношению к мировым валютам. Однако по мере его повышения этот фактор играет всю меньшую роль, что ставит перед отечественными производителями проблему совершенствования технологии, повышения производительности труда, внедрение энергосберегающих мероприятий для сохранения своей позиции на рынке.

Поэтому стратегия не совсем удачно выбрана. Но если менеджмент настаивает на этой стратегии, то фирме необходимо постоянно инвестировать средства в совершенствовании технологии и модернизацию производства, внедрять инновационные системы менеджмента качества.

Кейс 6.

Сформулируйте миссию ЗАО «Телефон» в соответствии с позициями стратегического управления:

1. Генеральные цели организации.
2. Описание услуг, предлагаемых организацией.
3. Характеристика рынка.
4. Особенности использования технологий.
5. Возможности и способы достижения целей.
6. Философия организации.

Ответ:

«Мы расширяем возможности мобильной связи, превращая мобильный телефон в многофункциональное устройство, объединяющее качественную передачу голоса и высокоскоростную передачу данных. Мы стремимся к тому, чтобы стать ведущим оператором в области уникальных технологий и телекоммуникаций. Достижения научной и инженерной мысли мы превращаем в комфорт и легкость общения. Вы можете получить свободный доступ к необходимой информации в любой момент времени по вашему желанию. Мы предлагаем вам широкий спектр услуг и решений, дающих уверенность и обеспечивающих комфорт вашей жизни. Мы развиваемся вместе с вами. Мы стараемся опережать ваши требования и запросы, постоянно совершенствуя услуги и качество обслуживания. Кроме того, мы заботимся о том, чтобы предложить вам максимально экологические технологии. Мы хотим, чтобы образ действий нашей компании вызывал доверие, уважение и симпатию общества, партнеров по бизнесу и отдельных клиентов».

Кейс 7.

При разработке стратегических целей формируется иерархия целей: цели, относящиеся к положению бизнеса предприятия на рынке; операционные цели; функциональные цели; корпоративные цели. Определите последовательность этапов и охарактеризуйте их.

Ответ:

По уровню иерархии цели соответствуют уровням стратегического управления:

- 1. Корпоративные цели ставятся перед организацией как единой системой;*
- 2. Бизнес - цели определяют развитие конкретного бизнеса, который реализует организация;*
- 3. Функциональные цели определяют развитие каждой отдельной функциональной сферы деятельности в рамках каждого подразделения;*

4. *Операционные цели определяют развитие каждой отдельной функциональной подгруппы (группы операций или процесса).*

Кейс 8.

В связи с возросшими требованиями к качеству поставляемой продукции, более жесткими условиями поставки и требованиями техники безопасности руководство крупного угольного разреза разработало программу перспективного развития предприятия, в которой наряду с другими мероприятиями предусматривалась замена устаревшего оборудования. В связи с разработанной программой было принято решение о закупке крупной партии нового оборудования, для чего угольному разрезу требовался кредит в размере 3 млн долл. Такой суммы «свободных» денег у предприятия не было. Правильным ли было решение, принятое руководством угольного разреза, закупить крупную партию нового оборудования? Что, с вашей точки зрения, следовало бы предпринять руководству для того, чтобы закупка нового оборудования стала возможной?

Ответ:

Без замены старого, давно отработавшего свой амортизационный срок и морально устаревшего оборудования, устоять в резко ужесточившейся конкурентной борьбе и обеспечить устойчивый сбыт продукции для угольного разреза было практически нереально. Поэтому решение руководства угольного разреза о закупке крупной партии нового оборудования в сложившейся ситуации было единственно верным.

Привлечение достаточно крупного для угольного разреза кредита в размере 3 млн долл. достаточно сложная задача. Руководство угольного разреза должно было обратиться за помощью в получении кредита к крупной консалтинговой фирме. Чтобы убедить потенциальных инвесторов в целесообразности вложения средств в переоборудование угольного разреза, потребовалась профессиональная разработка бизнес-плана, в котором наглядно было показано, что инвестиции являются экономически оправданными.

Кейс 9.

После перехода страны к рыночной экономике руководство завода, производящего полупроводниковые материалы для электронных схем, столкнулось с необходимостью решения принципиально новых проблем. Промышленный спад в переходный период привел к резкому снижению объемов производства отечественной электронной продукции и как следствие к падению спроса на основную продукцию, производимую заводом. Перед руководством завода встала задача выработки новой стратегии развития предприятия, соответствующей новым экономическим реалиям. Оцените ситуацию, сложившуюся на заводе полупроводниковых материалов при переходе к рыночным формам экономики. Как изменение условий функционирования предприятия повлияло на его хозяйственную деятельность? Какую стратегию развития предприятия, с вашей точки зрения, следовало бы принять руководству завода в изменившейся внешней среде?

Ответ:

Для выработки стратегии, адекватной новым экономическим условиям и законам ведения хозяйственной деятельности, руководством могла быть специально приглашена группа консультантов, которая наряду с аналитической работой провела бы анкетирование высшего управленческого состава завода, включая его генерального директора.

Можно предположить, что в результате проделанной работы было определено, что наиболее предпочтительным вариантом перспективного развития завода является сохранение основной производственной направленности — выпуск полупроводниковых материалов для электронной промышленности.

В основе выбора этой стратегии лежат следующие соображения. Во-первых, ожидание смены периода падения объемов производства отечественной электронной промышленности их ростом. А во-вторых, признание целесообразности ориентации производства на зарубежные рынки сбыта.

Специально проведенный анализ показал, что, несмотря на то что мировые рынки сбыта затоварены аналогичной продукцией, к успеху может привести:

- переориентация завода на производство особо чистых материалов,*
- придание продукции, выпускаемой заводом, товарного вида, соответствующего мировым стандартам,*
- выпуск новых видов продукции, в частности солнечных кремниевых батарей.*

Однако изменения внешней среды коснулись не только социально-политической ситуации, нормативно-правовой базы или специфических особенностей стадии экономического развития страны, но и такой составляющей внешней для предприятия среды, как состояние рынка сбыта производимой заводом продукции.

Кейс 10.

Завод полупроводниковых материалов столкнулся с основными трудностями в своей деятельности именно вследствие изменений, происшедших на тех рынках сбыта, где традиционно реализовывалась продукция завода. Полупроводниковых материалов для электронных схем на отечественных рынках сбыта требовалось все меньше и меньше. Сокращение объемов реализации продукции, производимой заводом, привело к необходимости изменения, а точнее, формирования новой маркетинговой стратегии предприятия. Какое, с вашей точки зрения, влияние оказало изменение потребительского спроса на продукцию, производимую заводом полупроводниковых материалов, на экономическую деятельность предприятия? Что могло бы послужить основой маркетинговой политики завода, ориентированной на новые реалии потребительского рынка?

Ответ:

Влияние, которое оказало резкое изменение ситуации на рынках сбыта продукции, производимой заводом полупроводниковых материалов, стало определяющим для функционирования предприятия. Потребовалось бы не только существенное повышение качества производимой продукции вследствие резкого обострения конкурентной борьбы на внутренних рынках сбыта и выхода на внешние рынки, но и использование новых технологических процессов с целью придания выпускаемой продукции вновь функциональных возможностей. Необходимо было бы также расширить ассортимент выпускаемой продукции.

И повышение качества производимой заводом продукции, расширение ее ассортимента должны были стать составной частью новой маркетинговой политики предприятия. Более серьезное внимание следовало уделять упаковке полупроводниковых материалов. Необходимо взять на вооружение сбытовую тактику продажи малых партий полупроводниковых материалов.

На предприятии должна быть организована собственная маркетинговая служба, которая должна была заниматься такими вопросами, как проведение активной рекламы продукции завода, организация контактов с потенциальными потребителями выпускаемой продукции, создание «имиджа» завода как одного из производителей полупроводниковых материалов, отличающихся высоким качеством за счет использования специальных технологий химической очистки, и т. д. Такие составляющие внешней среды предприятия, как эффективность финансово-банковской системы, уровень инвестиционной активности в стране и регионе, особенности стадии экономического развития страны и состояние рынка сбыта производимой предприятием продукции, требуют существенной реорганизации финансово-экономической деятельности предприятия.

Достаточно часто происходят изменения в требованиях к бухгалтерской отчетности, изменяются ставки налогообложения. Более активно используются информационные технологии при обработке бухгалтерских документов. Все это предъявляет новые требования к бухгалтерским службам предприятия и к управленцам, которым доверено право формировать и реализовывать финансовую стратегию и тактику предприятия.

Стремление привлечь инвестиции, без которых практически невозможна реконструкция современного предприятия и установка новых технологических линий и оборудования (без чего не может быть кардинально решена проблема повышения качества выпускаемой предприятием продукции), предъявляет к финансовым и другим функциональным службам предприятия дополнительные требования.

В частности, все активнее входит в практику управления предприятием разработка бизнес-планов его перспективного развития, проектов, которые предприятие предполагает реализовать. Все чаще в практике управления современным предприятием используются прогрессивные формы организации работы.

Критерии и шкала оценки решений ситуационных задач (кейсов)

№	Критерии	Шкала
	Учет стартовых условий задачи	0 – решение не соответствует условиям задачи 1 – указанные условия, факторы, определяющие направление решения задачи, учтены частично 2 – указанные условия, факторы, определяющие направление решения задачи, учтены в полном объеме и логически проработаны
	Учет ситуационных рисков, последствий	0 – риски и последствия принимаемых решений не обсуждаются 1 – риски и последствия принимаемых решений представлены 2 – риски и последствия принимаемых решений подробно проанализированы; представлены конкретные перспективы развития ситуации
	Логика, последовательность решения задачи	0 – логическая последовательность в решении задачи отсутствует 1 – логическая последовательность в решении задачи представлена не явно 2 – решение задачи представляет собой логически выстроенный алгоритм действий
	Креативность в решении задачи	0 – задача решена «по шаблону», на основе стандартного в данной ситуации подхода 1 – в решении задачи присутствуют творческие элементы 2 – решение задачи оригинально, основано на нестандартном подходе применительно к данной ситуации
	Междисциплинарность и прикладной характер решения	0 – решение практически не применимо 1 – решение потенциально применимо в прикладном плане 2 – решение задачи применимо в прикладном плане и привлекает ресурсы из различных дисциплин, сфер науки и практики
	Итого	До 10 баллов (20 баллов за 2 кейса)

Перечень дискуссионных тем для круглого стола

- 13 октября прошедшего, 2014 года Шведская королевская академия наук в Стокгольме сообщила, что премия по экономике (учрежденная государственным банком Швеции в 1968 году в память об Альфреде Нобеле) присуждена французскому экономисту Жану Тиролю — «за анализ рыночной власти и регулирования». Какое влияние оказали его работы на антимонопольное регулирование?
- Каким образом ценовая политика фирмы регулируется российским законодательством? Не противоречит ли сама идея вмешательства государства (например, через политику поддержки конкуренции) в ценообразование компании принципам свободного рынка?
- Как на развитие экономики отраслевых рынков повлияло развитие теоретико-игровых и эконометрических исследований?
- Какую роль в конкуренции продукта играет реклама? Репутация фирмы?
- Увеличивает или уменьшает потери общественного благосостояния от рыночной власти фирм информационная дифференциация продукта? Обоснуйте свой ответ с использованием известных вам моделей.
- Сравните последствия горизонтальной и вертикальной дифференциации на рынках олигополии. В каком случае продуктовая конкуренция является более жесткой? Почему?
- Как внедрение инноваций влияет на конкурентоспособность фирмы? Как расходы на НИОКР влияют на уровень совокупных издержек фирмы? Есть ли стимул для фирм вкладываться в НИОКР? Обоснуйте свой ответ с использованием известных вам моделей.

Критерии оценивания участия в дискуссии (10 баллов)

По каждому критерию начисляются баллы 0-1

1. Точность аргументов (использование причинно-следственных связей).
2. Четкая формулировка аргументов и контраргументов.
3. Доступность (понятность) изложения.
4. Логичность (соответствие контраргументов высказанным аргументам).
5. Корректность используемой терминологии с научной точки зрения (правдивость, достоверность, точность определений).
6. Удачная подача материала (эмоциональность, иллюстративность, убедительность).
7. Отделение фактов от субъективных мнений.
8. Использование примеров (аргументированность).
9. Видение сути проблемы.
10. Корректность по отношению к оппоненту (толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личностных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь).

Типовые задачи

1. Спрос на товар А на отраслевом рынке выражен функцией: $PD = 800 - QD$, где PD - цена товара (в тыс. руб.), QD - величина спроса на товар (в тоннах). Товар А производится одной фирмой в данном регионе. Функция валовых издержек фирмы имеет следующий вид: $TC = Q^2$. региональные органы власти ввели налог на продажи фирмы-монополиста в размере 10 тысяч рублей за 1 тонну товара. Определите: каким образом эта мера отразится на благосостоянии жителей региона и на прибыли самой фирмы-монополиста.?

2. Фирма продает один вид продукции по цене за единицу 650 руб. и производственными затратами 330 руб. В отчетном периоде каждому из трех основных покупателей продано по 1 000 единиц. Общая сумма накладных расходов по сбыту составила 451 500 руб., в том числе на транспортировку продукции 187 500 руб., ее погрузку и выгрузку 168 000 руб., послепродажное обслуживание 96 000 руб.

3. Определить структуру себестоимости, а также цеховую, производственную и полную себестоимость единицы изделия, если стоимость материалов на одно изделие - 250 руб., трудоемкость изготовления единицы изделия - 12,5 часов, часовая тарифная ставка рабочего 1 разряда - 18 руб., разряд работ - пятый, тарифный коэффициент пятого разряда - 1,35. Цеховые расходы - 56 руб., общепроизводственные расходы - 15% от цеховой себестоимости, внепроизводственные расходы - 5% от производственной себестоимости. Премия - 20% от основной заработной платы.

4. Определить показатели экономической эффективности, срок окупаемости покупки ВС и построить график изменения NPV по годам, если:

- стоимость ВС - 21 млн. ден.ед.
- годовые эксплуатационные расходы - 9 млн.ден.ед.
- коэффициент рентабельности - 1,3
- амортизационный срок ВС - 12 лет
- годовая ставка дисконтирования - 10%

5. Доминирующая фирма, оценив спрос на свою продукцию и оценив функцию предельной выручки $MRL = 9 - q$, установила цену за единицу $PL = 8$. Если функция предельных издержек доминирующей фирмы $MC = 1 + q$, а кривая предложения остальных фирм $Sf = 2 + 2q$, то каким будет рыночный спрос QD ?

Ответы к задачам:

1. Благосостояние потребителей ухудшилось, введение налога снизило прибыль монополиста.
2. Продажи клиенту 1 стали убыточными, так как он находится дальше всех, имеет максимальные объемы отгрузки, а также максимальные затраты времени и послепродажное обслуживание, убыток от работы с ним перекрываются другими клиентами.
3. Можно сделать вывод, что в структуре себестоимости преобладают материальные расходы (30,88%).
4. По результатам расчетов показателей экономической эффективности инвестиций можно сделать общий вывод, что покупка ВС является экономически целесообразной.
5. Рыночный спрос будет равен 7 условным единицам.

Критерии оценки: максимум 20 баллов

18-20 баллов если решение задачи верное и выбран рациональный путь решения, решено верно более 84% всех задач.
14-17 балла, если задача решена в основном верно, но допущена негрубая ошибка или два - три недочета, решено верно более 67% всех задач.

10-13 баллов, если ход решения задачи верный, но была допущена одна или две ошибки, приведшие к неправильному ответу, решено верно более 50% всех задач..

0-9 баллов, если решение задачи отсутствует или в работе получен неверный ответ, связанный с грубой ошибкой, отражающей непонимание студентом используемых формул и моделей, изучаемых в рамках дисциплины «Экономика отраслевых рынков», решено верно менее 50% всех задач.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по совокупности выполненных работ в течение семестра проводится по окончании изучения дисциплины, но до начала экзаменационной сессии. Обучающиеся, освоившие дисциплину, не набравшие минимума баллов, необходимых для получения зачета, или желающие повысить итоговый оценочный балл, проходят компьютерное тестирование

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и зачётные электронные ведомости, представляемые в дирекцию Института магистратуры.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
«Экономика отраслевых рынков»**

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются вопросы аналитического исследования рыночных структур и поведения фирм на рынках товаров и услуг, основанного на комплексном, междисциплинарном подходе; формирование у будущих выпускников стратегического экономического мышления, позволяющего с наибольшей отдачей действовать в условиях рыночных отношений, 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, они учатся анализировать стратегическое поведение фирм на российских и зарубежных рынках, используя и комбинируя различные теоретические методы и подходы; оценивать и сравнивать результативность различных видов социально-экономической политики государства на конкурентных рынках; классифицировать реально функционирующие рынки в соответствии с типами рыночных структур, применяя информацию из разнородных источников..

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.

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.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.