

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«**Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС**»

Дата подписания: 27.07.2022 11:59:22

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория отраслевых рынков

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Управление предпринимательскими структурами

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы

Тема 2. Структура отраслевого рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Тема 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

Тема 4. Информация как фактор воздействия на рыночную активность

Тема 5. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Тема 6. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Тема 7. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

Тема 8. Структуры рынка, патенты и технологические инновации

Тема 9. Естественная монополия

Тема 10. Государственная отраслевая политика

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Лекция 1. Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы

Отраслевой рынок. Базовая парадигма «Структура - поведение – результативность». Гарвардская и чикагская традиции в анализе поведения фирм на рынке. Технологические и институциональные факторы выбора границ фирмы. Организационная структура, размеры и эффективность фирм. Институциональный подход к анализу фирмы с точки зрения транзакционных издержек. Альтернативные цели фирмы и агентов внутри фирмы.

Лекция 2. Тема 2. Структура отраслевого рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Структура отраслевого рынка. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Показатели рыночной власти фирм. Показатели концентрации как характеристика структуры

рынков. Барьеры входа на рынок. Нестратегические барьеры. Емкость рынка. Барьер капитальных затрат. Стратегические барьеры. Ценообразование, ограничивающее вход.

Лекция 3. Тема 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

Конкуренция и эффективность конкурентных рынков. Монополия: причины существования. Ценовая дискриминация. Монополия и конкуренция с точки зрения общественного благосостояния. Особенность монополии на рынках с экстерналиями, на рынках общественных товаров.

Лекция 4. Тема 4. Информация как фактор воздействия на рыночную активность

Неполнота и асимметрия информации. Виды асимметрии информации на рынке. Способы решения проблемы «неблагоприятного отбора». Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации. Асимметрия информации о ценах.

Лекция 5. Тема 5. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Доминирующая фирма: критерии, причины. Дуополия с однородным и дифференцированным товаром. Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой.

Лекция 6. Тема 6. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Олигопольный рынок: предпосылки. Классификация моделей олигополии. Парадокс Бертрана. Дифференциация продукта и ценовая конкуренция. Выбор цен в условиях ограниченных мощностей, модель Бертрана-Эджворта. Взаимосвязь между моделями Бертрана и Курно. Сговор.

Лекция 7. Тема 7. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

Уровень концентрации покупателей. Двухсторонняя монополия. Вертикальная интеграция. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Вертикальные ограничения: законодательный и экономический аспекты.

Лекция 8. Тема 8. Структуры рынка, патенты и технологические инновации

Структура рынка и стимулы к инновациям. Гипотеза Шумпетера. Эмпирическая проверка шумпетерианской гипотезы. Патенты и патентная защита. Сетевые эффекты потребления.

Лекция 9. Тема 9. Естественная монополия

Естественная монополия: черты, причины возникновения, виды. Формы регулирования отраслей естественной монополии. Неэффективность инвестиционных решений регулируемой естественной монополии.

Лекция 10. Тема 10. Государственная отраслевая политика

Антитрестовское законодательство в развитых странах и России. Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков. Мировой опыт регулирования

рыночных структур. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.

Практические занятия

Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы

Задание. Если Вы являетесь президентом компании, какой теоретический подход к анализу фирмы Вы бы предпочли? Почему? А если бы Вы были единственным собственником этой компании? Ее работником?

Задание. Вас попросили определить величины трансакционных издержек и издержек по контролю для нефтяной компании. Какие вопросы Вы зададите (и кому?), чтобы получить информацию, необходимую для принятия решения? Каким, по Вашим прогнозам, могут (или должны) оказаться значения этих величин? Что бы Вы предложили, чтобы снизить эти издержки?

Тема 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

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

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

Тема 5. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Задание. Деловая игра «Поведение монополиста на рынке».

Студенты разбиваются на три группы: две стороны спора и группа медиаторов. Группа разрабатывает фабулу спора, после чего проводят медиативную сессию.

Задание. Рыночный спрос на конечную продукцию описывается уравнением $Q_d = 100 - P$. Технология производства конечной продукции предполагает фиксированные пропорции использования двух типов промежуточной продукции (А и С): для выпуска единицы конечной продукции необходима одна единица промежуточного продукта А и одна единица промежуточного продукта С. Рынок промежуточного продукта С конкурентный, средние издержки производства продукта составляют 2. Средние и предельные издержки производства промежуточной продукции А также равны 2. Определите, как повлияет вертикальная интеграция на прибыль фирм на рынке и выигрыш потребителя на рынке конечной продукции, при условии:

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

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

- с точки зрения фирм;
- с точки зрения потребителей;

- с точки зрения максимизации общественного благосостояния.

Тема 6. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

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

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

Тема 7. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

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

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

Тема 10. Государственная отраслевая политика

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

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

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

Тема 5. Поведение доминирующей фирмы на рынке

Семинарские занятия

Занятие 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы

Вопросы для обсуждения

1. Теории фирмы.
2. Гарвардская и чикагская традиции в анализе поведения фирм на рынке.
3. Анализ транзакционных издержек.

Занятие 2. Структура отраслевого рынка. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Вопросы для обсуждения

1. Структура отраслевых рынков: характерные особенности.
2. Барьеры входа на рынок.
3. Барьеры выхода с рынка.

Занятие 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков

Вопросы для обсуждения

1. Конкуренция отраслевых рынков.
2. Причины образования монополий.
3. Влияние монополии и конкуренции на общественное благосостояние.

Занятие 4. Информация как фактор воздействия на рыночную активность

Вопросы для обсуждения

1. Характеристики информации.
2. Причины неполноты и асимметрии информации.
3. Методы смягчения асимметрии ценовой информации.

Занятие 5. Поведение доминирующей фирмы на рынке. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и признаки доминирующей фирмы.
2. Поведение доминирующей фирмы на рынке.
3. Характеристика олигопольного рынка.
4. Поведение и взаимодействие крупных фирм на рынке.

Занятие 6. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках

Вопросы для обсуждения

1. Вертикальная интеграция на рынке.
2. Вертикальные ограничения на отраслевых рынках.
3. Вертикальные ограничения.

Занятие 7. Структуры рынка, патенты и технологические инновации

Вопросы для обсуждения

1. Структуры рынка.
2. Патенты.

3. Технологические инновации.

Занятие 8. Естественная монополия. Государственная отраслевая политика

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и виды естественных монополий, причины возникновения.
2. Регулирование деятельности естественных монополий.
3. Государственное регулирование конкурентных отношений.
4. Отраслевая политика в Российской Федерации.

Примерные темы дискуссий:

1. Сговор и картели в экономике России
2. Государственное регулирование отраслевых рынков в России
3. Ценовая дискриминация в экономике России
4. Развитие концепции естественных монополий в экономической теории
5. Ценовая дискриминация как инструмент регулирования
6. Дифференциация продукта и ценовая конкуренция
7. Модель Бертрана в теории олигополии
8. Развитие антимонопольного законодательства: мировой опыт и практика в России

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Понятие отраслевой дифференциации и ее развитие
2. Понятие и сущность отрасли
3. Понятие и сущность отраслевого рынка, его границы
4. Параметры идентификации отраслевого рынка
5. Структура отраслевого рынка
6. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка
7. Классификация отраслевых рынков, виды отраслевых рынков
8. Нарождающиеся рынки
9. Квазиконкурентные рынки
10. Барьеры входа на отраслевой рынок
11. Барьеры выхода с отраслевого рынка
12. Стратегические барьеры: сущность, виды
13. Нестратегические барьеры: сущность, виды
14. Политика создания отраслевых барьеров
15. Вертикальная интеграция
16. Диверсификация производства
17. Стимулы к вертикальной интеграции отраслевых структур
18. Дифференциация продукта
19. Неполнота и асимметрия информации

20. Концентрации на отраслевых рынках
21. Уровни концентрации на товарных рынках
22. Последствия монополизации отрасли
23. Фирма как субъект отраслевого рынка
24. Понятие доминирующей фирмы
25. Государственная отраслевая политика: понятие, направления
26. Инструменты государственной политики в сфере отраслевых рынков
27. Основные типы отраслевой политики
28. Роль государства в развитии отраслевых рынков
29. Антимонопольная политика государства: цели и направления
30. Международная практика антимонопольного регулирования
31. Отечественная практика антимонопольного регулирования
32. Политика государства в области поддержки конкуренции
33. Государственная политика в области слияний и поглощений
34. Государственная отраслевая политика в странах с развитой рыночной экономикой
35. Государственное регулирование конкурентных отношений
36. Отраслевая политика в России.
37. Структурный кризис в России: причины и пути преодоления
38. Система международного разделения труда и ее развитие
39. Мировое хозяйство: понятие, структура
40. Мировой рынок: понятие, структура
41. Способы международной торговли услугами
42. Создание эффективной структуры отраслевых рынков

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-17 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

Код и формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-17 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знает: предмет и основы методологии теории отраслевых рынков, теории фирмы; основные составляющие структуры отраслевого рынка; основные барьеры входа на рынок и выхода с рынка; характерные черты конкуренции и монополии в развитии отраслевых рынков; о характеристиках информации как фактора воздействия на рыночную активность; особенности поведения доминирующей фирмы на рынке; особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на рынке; сущность вертикальной интеграция и вертикальных ограничений на отраслевых рынках; составляющие структуры рынка, особенности патентов и технологических инноваций; сущность естественной монополии; основы государственной отраслевой политики России
	Умеет: анализировать и оценивать экономические и социальные условия действия компаний на отраслевых рынках, выявлять новые рыночные возможности
	Владеет: способами анализа издержек фирмы, спроса и предложения на отраслевых рынках

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения обучающимся, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения обучающимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Темы докладов (сообщений)

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

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету с оценкой

ПК-17 Знать

1. Возникновение и развитие отраслевой дифференциации
2. Сущность и этапы формирования отраслевой дифференциации
3. Отрасль и отраслевой рынок – понятие, сущность
4. Границы отраслевого рынка
5. Параметры идентификации отраслевого рынка
6. Структура отраслевого рынка и факторы, ее определяющие
7. Классификация отраслевых рынков
8. Признаки классификации отраслевых рынков
9. Нарождающиеся рынки
10. Квазиконкурентные рынки
11. Барьеры входа на отраслевой рынок
12. Барьеры выхода с отраслевого рынка
13. Стратегические и нестратегические типы барьеров
14. Стратегические барьеры: сущность, виды
15. Нестратегические барьеры: сущность, виды
16. Эффективность политики создания отраслевых барьеров
17. Вертикальная интеграция и диверсификация производства
18. Стимулы к вертикальной интеграции отраслевых структур
19. Дифференциация продукта
20. Информационная асимметрия
21. Оценка уровня концентрации на отраслевых рынках
22. Показатели концентрации рынка
23. Факторы, влияющие на изменение уровня концентрации на товарных рынках
24. Негативные последствия монополизации отрасли
25. Фирма как субъект отраслевого рынка. Понятие доминирующей фирмы
26. Государственная отраслевая политика
27. Инструменты государственной политики в сфере отраслевых рынков
28. Основные типы отраслевой политики
29. Роль государства в развитии отраслевых рынков
30. Цели и направления антимонопольной политики государства
31. Международная и отечественная практика антимонопольного регулирования
32. Политика государства в области поддержки конкуренции
33. Государственная политика в области слияний и поглощений
34. Государственная отраслевая политика в странах с развитой рыночной экономикой
35. Государственное регулирование конкурентных отношений и отраслевая политика в России.
36. Структурный кризис в России: причины и пути преодоления
37. Мировой рынок и мировое хозяйство
38. Этапы развития системы международного разделения труда
39. Мировое хозяйство: понятие, структура
40. Способы международной торговли услугами

Тест
ПК-17 Уметь

1. Какие подходы к анализу организации отраслевых рынков вы знаете?
 - а) Макроэкономический подход
 - б) Подход на основе микроэкономического анализа
 - в) Монетаристский подход
 - г) Системный подход

2. Какие существуют параметры для оценки уровня рыночной концентрации?
 - а) Численность продавцов на рынке
 - б) Объем выпуска продукции
 - в) Распределение рыночных долей фирм, реализующих товар на данном рынке
 - г) Корреляция цен товаров

3. Выберите показатели концентрации продавцов на рынке.
 - а) Коэффициент концентрации
 - б) Индекс Херфиндаля - Хиршмана
 - в) Х-эффективность
 - г) Индекс энтропии
 - д) Коэффициент Джини
 - е) Коэффициент вариации
 - ж) Индекс диверсификации

4. Укажите виды барьеров входа фирм на отраслевой рынок.
 - а) Нестратегические
 - б) Эффективные
 - в) Стратегические
 - г) Организационные
 - д) Правовые

5. Что предполагают эффективные барьеры?
 - а) Полную мобильность ресурсов
 - б) Замедленный вход фирм в отрасль
 - в) Невозможность войти в отрасль как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде

6. Какое значение имеют барьеры выхода?
 - а) Создают дополнительные барьеры входа в отрасль
 - б) Уменьшают риск хозяйствования в отрасли
 - в) Облегчают вход в отрасль

7. Укажите административные барьеры.
 - а) Квотирование производства
 - б) Экологические нормы
 - в) Дифференциация продукции
 - г) Лицензирование деятельности предприятий
 - д) Емкость рынка

8. Что представляет собой дифференциация товара?

- а) Разновидность ценовой конкуренции фирм
- б) Форму неценовой конкуренции фирм
- в) Соответствие предпочтениям потребителя

9. Каким образом может быть измерена степень продуктовой дифференциации?

- а) На основе перекрестной эластичности спроса
- б) С помощью индекса энтропии
- в) На основе индекса Хана и Кея
- г) На основе затрат на рекламу
- д) С помощью функции остаточного спроса
- е) На основе расчета «ценового зонтика»

10. Назовите модели пространственной дифференциации продукта.

- а) Модель Курно и модель Бертрана
- б) Модель Штакельберга
- в) Модель Хотеллинга и модель Салопа

11. Что представляет собой условие Дорфмана - Штайнера?

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

12. Какие факторы определяют возможность появления и функционирования доминирующей фирмы?

- а) Повышение цен и ограничение выпуска продукции
- б) Слияние (поглощение) и инновационные процессы в отрасли
- в) Повышение издержек и льготы, предоставляемые государством

13. Что должна учитывать доминирующая фирма при разработке стратегии своего поведения?

- а) Реакцию фирм конкурентного окружения
- б) Количество лет (опыт) на данном рынке
- в) Запатентованные инновации

14. От чего зависит рыночная власть доминирующей фирмы в долгосрочном периоде?

- а) от доли доминирующей фирмы
- б) от изменения рыночной цены
- в) от числа фирм, способных войти на рынок и их скорости входа на него

15.Какая модель анализирует стратегическое взаимодействие фирм по принципу «лидер - последователь»?

- а) Модель Штакельберга
- б) Модель Чемберлина
- в) Модель Курно

16.Что представляет собой изопробита?

- а) Реакцию олигополиста на изменение цены
- б) Равновесный объем выпуска продукции
- в) Линию постоянной величины прибыли олигополиста при различных комбинациях объема выпуска конкурентами

17.Что лежит в основе парадокса Бертрана?

- а) Предпосылка о дифференцированных продуктах
- б) Предпосылка об однородности производимой продукции
- в) Предпосылка об ограниченности производственных мощностей дуополистов

18.Как ведут себя фирмы, образующие картель?

- а) Как единый монополист, максимизируя совокупную прибыль отрасли
- б) Как объединение олигополистов, имеющих разные экономические интересы
- в) Как объединение олигополистов, распределяющих рыночные доли

19.Назовите цель ценовой дискриминации.

- а) Снизить издержки производства
- б) Получить положительную прибыль
- в) Захват фирмой потребительского излишка в максимально возможном количестве

20.Что представляет собой нелинейное ценообразование?

- а) Равные цены за единицу продукта
- б) Расходы потребителя не пропорциональны покупаемому объему
- в) Способ тайных ценовых скидок при продаже связанного товара по более низкой цене

21.Назовите разновидности ценовой дискриминации второй степени.

- а) Простой тариф, блочный тариф, двойной тариф
- б) Зональные цены, дифференциация цен в зависимости от статуса потребителя
- в) Взаимосвязанные продажи при фиксированных пропорциях производства и нефиксированных

22.Каковы психологические методы ценовой дискриминации?

- а) Повышенный тариф в «часы пик», скидки для заказчиков в наименее загруженные часы
- б) Трансфертное ценообразование и ценообразование клубных благ
- в) Эффект Вебера - Фешнера, эффект «странных цифр», эффект «якоря»

23.Какая стратегия ценообразования быстро дает средства для покрытия расходов на НИОКР, сдерживает спрос пока производство не увеличится и привлекает конкурентов?

- а) Цена плавного спуска
- б) Цена снятия сливок
- в) Цена проникновения

24.Что является основным фактором против вертикальной интеграции?

- а) Барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм продавцов
- б) Проблема «двойной надбавки»
- в) Вид поставщика

25.Что предполагает право исключительной территории?

- а) Нормирование объема сбыта
- б) Использование исключительных контрактов
- в) Пространственную дифференциацию рынка и сегментацию рынка по видам покупателей

26.Назовите основной тип вертикальной квазиинтеграции в России.

- а) Интеграция ресурса
- б) Картели
- в) Отношения давальчества

27.Что представляет собой X-неэффективность?

- а) Альтернативные издержки монополизации
- б) Разницу между эффективным уровнем издержек в отрасли и реальным уровнем издержек монополиста
- в) Издержки производства в условиях монополии ниже, чем в условиях конкуренции

28.От каких факторов зависит величина чистых потерь?

- а) От величины монопольной нормы прибыли и размера монопольного рынка
- б) От величины потребительских излишков
- в) От общих издержек и величины «мертвого груза»

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

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

Практические задания

ПК-17 Владеть

Задание 1. Фирма управляется работниками, максимизирующими чистую выручку на одного занятого. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением $Q(L) = 40L - L^2$, где L – число работников фирмы (объем

используемого труда). Постоянные затраты фирмы составляют 10. Постройте функцию предложения фирмы при условии, что она действует на рынке совершенной конкуренции.

Задание 2. На рынке действуют четыре фирмы, каждая из которых контролирует 25% рыночных продаж в условиях взаимодействия по Курно. Пакеты акций всех фирм можно продать втрое дороже номинала. Акционерный капитал каждой фирмы составляет по номиналу 100 млн. долл., сумма прибыли – 23%. Нормальная прибыль для отрасли составляет 8% на акционерный капитал. Известно, что эластичность рыночного спроса составляет (-2). Определите возможные показатели монопольной власти. Интерпретируйте полученные результаты.

Задание 3. Общие издержки зависят от выпуска как $TC = 10Q$, где Q – 6 тыс. шт. При этом постоянные издержки составляют 25 тыс. руб. Предельная выручка монополиста зависит от объема продаж как $MR = 50 - Q$. По какой цене монополия продаст товар? Определите показатель монопольной власти фирмы.

Задание 4. Фирма производит специфический продукт. Издержки его производства зависят от выпуска продукции как $TC = 2g + 0,2g^2$. В момент производства фирма не знает, найдет ли ее товар сбыт. С вероятностью p она может продать любое его количество по цене, равной 5, с вероятностью $(1-p)$ – не сможет продать ничего. Произведенный продукт не подлежит хранению. Крупная фирма предлагает заключить долгосрочный договор на поставку 8 единиц продукта на условиях оплаты по цене «средние издержки + 5%». В каком случае долгосрочный контракт предпочтительнее производства на свободный рынок?

Задание 5. Издержки единицы товара для продавца постоянны и составляют 2. На рынке продавец сталкивается с покупателями двух типов. Функция спроса покупателя первого типа $Q_1 = 20 - P$; функция спроса покупателя второго типа $Q_2 = 20 - 2P$. Общее число покупателей составляет 1000, по 500 покупателей каждого типа. Определите объем продаж фирмы, сумму ее прибыли, величину выигрыша потребителей и общественного благосостояния:

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

Задание 6. Фирма – монополист продает товар на мировом и внутреннем рынках. Цена мирового рынка 4 долл. за штуку. Спрос на внутреннем рынке на товар фирмы описывается формулой $Q_d = 10 - 2P$. Определите цену, по которой фирма продает товар на внутреннем рынке.

Задание 7. Спрос на товар на внутреннем рынке описывается формулой $Q_d = 120 - 12P$, а предложение отечественных производителей формулой $Q_s = 4P - 8$. На отечественный рынок проникает зарубежная фирма, обладающая преимуществом в издержках (средние издержки производства товара постоянны и равны 3, транспортные

издержки считаем равными нулю), и начинает играть доминирующую роль. Определите объем продаж фирмы – импортера, отечественных производителей и уровень благосостояния на внутреннем рынке, если:

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

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Зачет с оценкой. Критерии выставления оценок

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;

- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;

- не владения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;

- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше

критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С.В. Пирогова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 684 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01738-4. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Гарипова, Г.Р. Информационная поддержка логистических бизнес-процессов : учебное пособие : [16+] / Г.Р. Гарипова, А.И. Шинкевич, М.В. Леонова. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 144 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500853> – Библиогр.: с. 139-140. – ISBN 978-5-7882-2387-2. – Текст : электронный.

2. Крахоткина, Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : учебное пособие / Е.В. Крахоткина ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 129 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459069> – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
4. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]
5. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:

9. Лицензионное программное обеспечение

- Dr.Web Desktop Security Suite (Комплексная защита)
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);
- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);
- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.